



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Tapahtuman järjestäminen

Case: Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

Placeres, Nico

2018 Tikkurila



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Laurea-ammattikorkeakoulu

Tapahtuman järjestäminen
Case: Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

Nico Placeres
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
toukokuu, 2018

Nico Placeres

Tapahtuman järjestäminen: case Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

Vuosi	2018	Sivumäärä	90
-------	------	-----------	----

Opinnäytetyön aiheena on Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuman järjestäminen. Tapahtuma järjestettiin yhdessä Mäntsälän kunnan, Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n, Mäntsälän Yrittäjät ry:n, Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n sekä Laurea-ammattikorkeakoulu Tikkurilan liiketalousopiskelijoiden yhteistyönä. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Mäntsälän Yrityskehitys Oy. Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuma toteutettiin 21. toukokuuta 2017 Mäntsälän Seurontalolla.

Tutkielman tavoitteena on selvittää Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuman vaikuttavuutta Mäntsälän kunnan ja Mäntsälän kunnan alueella olevien yritysten näkökulmasta sekä samalla tutkittiin, kuinka tapahtuma koettiin. Lisäksi opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, kuinka luodaan onnistunut tapahtuma sekä mitä projektipäällikön tulee huomioida onnistuneen tapahtuman läpivienniksi. Työn teoriaosa eli viitekehys tutkielmassa keskittyy pääosin tapahtuman järjestämiseen, projektijohtamiseen ja -työskentelyyn sekä tapahtumamarkkinointiin.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin pääosin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, mutta myös kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta hyödynnettiin yleisötutkimuksen suhteen. Tutkimukset tehtiin kysely- ja haastattelututkimuksina. Kysely yrittäjille toteutettiin Laurea E-lomakkeella luodulla sähköisellä kyselylomakkeella, joka lähetettiin sähköpostitse kaikille tapahtumaan osallistuneelle 42 yritykselle sekä Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n ylläpitämällä yritysrekisterissä oleville yrityksille heti tapahtuman jälkeen. Vastauksia saatiin yhteensä 30 kappaletta, ja vastaajista suurin osa osallistui tapahtumaan. Tapahtuman kävijöille kysely toteutettiin haastatteleamalla yleisöä tapahtumapäivän aikana ja haastattelut suoritettiin tablettitietokoneita sekä valmista Laurea E-lomake kyselypohjaa käyttäen. Yleisöltä vastauksia saatiin yhteensä 66 kappaletta.

Tutkimustulosten mukaan mukana olleet yritykset ja tapahtumaan osallistunut yleisö olivat pääosin tyytyväisiä tapahtumaan, sen sisältöön ja eritoten pääesiintyjään. Tapahtuman yleisömäärä oli arviolta noin 2500 henkilöä, joka on määrältään huomattavasti suurempi kuin koskaan aiemmin järjestetyissä Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumissa. Tutkimustulosten mukaan etukäteismarkkinointia ja yleisestikin viestintää tulisi jatkossa parantaa. Myös enemmän kiinnostavia esiintyjä kaivataan tapahtumaan, joka osaltaan houkuttelee yleisöä saapumaan tasaisemmin tapahtumapaikalle.

Tutkielman avulla Mäntsälän Yrityskehitys Oy sekä Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman järjestäjät saavat arvokasta tietoa tapahtuman järjestämisen onnistumisista, epäonnistumisista ja kehitysideoista. Opinnäytetyö toimii jatkossa myös työkaluna vastaavanlaisissa projekteissa ja tapahtumassa käytettyjä materiaaleja on liitteinä, joita voidaan hyödyntää tulevaisuudessa järjestettävissä vastaavanlaisissa yleisötapahtumissa.

Asiasanat: Tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, projektijohtaminen, projektityöskentely, tapahtumamarkkinointi

Nico Placeres

Event Management: case Summer Opening 2017 event in Mäntsälä

Year	2018	Pages	90
------	------	-------	----

The topic of this thesis is Summer Opening 2017 event in Mäntsälä which was organized with Mäntsälä municipality, Mäntsälä's Yrityskehitys Oy, Mäntsälä's Yrittäjät ry and Mäntsälä's Yrittäjänaiset ry. A group of Laurea UAS's business students were responsible for organizing the event from the beginning to the end. Summer Opening event in Mäntsälä was held on May 21st 2017.

This thesis is functional and it is based on organizing event as a project. The aim of this thesis is to find out the impacts of Summer Opening event as well as how the event was experienced from the companies located in the Mäntsälä municipality and the audience in the event point of view. In addition the purpose of this thesis is to find out how to organize a successful event and what is role of a project manager.

The theoretical section of the thesis comprises literature on events, event management, project management, event marketing and project work. The research methods used in this study were mostly quantitative but also qualitative method was used. The data were collected with the help of a questionnaire and observation from the companies and the audience.

According to the research results from the companies and the audience who participated in the event were mostly satisfied with the event, it's contents and especially it's main performer. The total number of visitors was approximately 2 500 persons which is considerably higher than ever before at the Summer Opening events in Mäntsälä. Based on the feedback from advance marketing and communications should be developed and improved in the future.

Summer Opening organizers and commissioner of Mäntsälä gets useful information and a tool for the future event development from this thesis including the research results and the feedback from the audience.

Keywords: event, event management, project management, project work, event marketing

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Tutkimusongelma ja -prosessi	8
1.2	Tutkimuksen tavoitteet	8
1.3	Tutkimusmenetelmien valinta	9
1.4	Tutkielman rakenne	10
1.5	Tutkimusperinne	11
1.6	Tutkielman keskeiset käsitteet	11
2	Tapahtumat ja niiden järjestäminen	12
2.1	Tapahtumamarkkinointi.....	13
2.2	Tapahtumat osana markkinointistrategiaa ja -viestintää	15
2.3	Tapahtuman idea ja kohderyhmä	17
2.4	Projektityöskentely tapahtumamarkkinoinnissa	18
3	Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumasta.....	19
3.1	Tapahtuman esittely.....	19
3.2	Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 projektista	20
3.3	Projekti- ja toteutussuunnitelma.....	22
3.4	Tapahtuman sisältö ja toteutusvaihe.....	24
3.5	Yhteistyökumppanit	26
3.6	Tapahtuman luvat ja ilmoitukset.....	28
3.7	Tapahtuman markkinointi ja viestintä	30
3.7.1	Yrityksille	30
3.7.2	Yleisölle	32
3.8	Tapahtuman budjetointi	34
3.9	Riskit ja niiden hallinta	35
3.10	Tapahtuman purku ja jälkitoimet	36
3.11	Projektipäällikön tehtävät.....	37
3.12	Johtamisen taito ja haasteet	39
4	Toimeksiantajan esittely ja toimintaympäristö	41
4.1	Projektin asettajan ja tapahtuma-alueen esittely	41
4.2	Mäntsälän kunta	42
4.3	Mäntsälän Yrityskehitys Oy	43
4.4	Mäntsälän Yrittäjät ry	43
4.5	Mäntsälän Yrittäjänaiset ry.....	44
5	Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuman vaikuttavuus- ja tyytyväisyystutkimus	45
5.1	Tutkimustulosten käsittely- ja analysointimenetelmät	46
5.2	Kyselytutkimus yrityksille.....	46
5.3	Kyselytutkimus yleisölle.....	56

5.4	Tutkimustulokset ja tutkimustulosten tulkinta	61
6	Yhteenveto tutkielmasta	64
6.1	Johtopäätökset ja kehitysideat	64
6.2	Tutkimuksen luotettavuus, eettisyys ja pätevyys	65
6.3	Jatkotutkimusaiheet	67
	Lähteet	68
	Kuviot..	72
	Kuvat.	73
	Taulukot	74
	Liitteet	75

1 Johdanto

Mäntsälässä kesän avajaistapahtumia on järjestetty jo vuodesta 2010. Tapahtuma on oiva tilaisuus ryhdistää alueella sijaitsevien yritysten markkinointia, samalla luoda yhteishenkeä ja lisätä yritysten tunnettavuutta. Mäntsälän Kesän Avajaiset on jokavuotinen tapahtuma ja pyrkimyksenä on tehdä entistä onnistuneempi ja vaikuttavampi tapahtuma Mäntsälän kunnan sekä Mäntsälän alueella sijaitsevien yritysten näkyvyyden kannalta. Kesän Avajaiset 2017 oli kaikille avoin yhteisöllinen ja maksuton tapahtuma, jossa viihtyi koko perhe. Osallistumalla Kesän Avajaisiin yrityksillä oli loistava mahdollisuus verkostoitua, luoda uusia kontakteja ja jalkautua kuntalaisten pariin. (Mäntsälän Uutiset 2011.)

Tapahtuma järjestettiin Mäntsälässä 21.5.2017 talkootyönä yhdessä Mäntsälän kunnan, Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n, Mäntsälän Yrittäjät ry:n ja Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n kanssa. Laurea-ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijat olivat suunnittelemassa ja toteuttamassa tapahtumaa osana opiskelujaan ja Laurea-ammattikorkeakoulun työryhmän opiskelijat vastasivat tapahtuman järjestämisestä ja läpiviennistä. Työryhmään kuului kahdeksan opiskelijaa ja opinnäytetyön tekijä toimi projektipäällikkönä tapahtuman järjestämisessä.

Opinnäytetyössä perehdytään tapahtuman järjestämiseen, tapahtumamarkkinointiin projektijohtamiseen ja -työskentelyyn. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitä projektiluontoinen tapahtuma sisältää sekä millainen rooli projektipäälliköllä on onnistuneen tapahtuman kannalta. Opinnäytetyön tarkoituksena on auttaa tulevaisuudessa järjestettävien projektiluontoisten tapahtumien järjestäjiä sekä selvittää, mitä projektipäällikön tulee ottaa huomioon onnistuneen tapahtuman läpivienniksi. Tutkielmassa käydään läpi Mäntsälän Kesän Avajaiset -tapahtuman järjestämistä, projektijohtamista, tapahtumamarkkinointia ja kuinka tapahtuman järjestäminen eteni alusta loppuun.

Tässä tutkielmassa käydään läpi tapahtuman kannattavuutta yrittäjien näkökulmasta sekä kuinka tapahtuma koettiin osallistuvan yleisön mielestä. Tapahtuman jälkeen yrittäjille lähetettiin sähköinen kyselylomake, jonka tavoitteena oli saada arvokasta tietoa Mäntsälässä järjestettävien tapahtumien kannattavuudesta ja tarpeellisuudesta, mahdollisista kehityskohteista sekä ovatko vastaavanlaiset tapahtumat hyödyllisiä yritysten kannalta. Lisäksi tapahtuman aikana haastateltiin tapahtumaan osallistunutta yleisöä E-lomakekyselypohjan avulla. Haastattelujen ja kyselylomakkeen avulla kerättiin tietoa, kuinka tapahtuma koettiin, minkä vuoksi tapahtumaan osallistuttiin, kuinka yleisö havainnoi yritykset sekä jäikö tapahtumasta jotain erityisesti mieleen.

1.1 Tutkimusongelma ja -prosessi

Oikean tutkimusmenetelmän valinta ja tarkoin kohdennettu kohderyhmä takaavat tutkimuksen onnistumisen. Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma ratkaisevat sen, mitä menetelmää tutkimuksessa käytetään. Tutkimusongelma on jokin asia, johon pyritään saamaan vastauksia. (Heikkilä 2014, 12.)

Tapahtumat jättävät tapahtumassa mukana olleille tunteen, muistijäljen siitä, täyttikö tapahtuma odotukset vai ei. Tapahtuman toteuttajan tulisi täyttää odotukset ja mielellään jopa ylittää ne. Mikäli tapahtuman jälkeen ei kerätä palautetta, ei saada tietoa siitä, kuinka tapahtuma onnistui ja täyttikö tapahtuma odotukset. Palautteen kerääminen ja tulosten analysoiminen on osa tapahtuman järjestämistä ja jokaisesta toteutetusta tapahtumasta voidaan oppia palautteen avulla jotain uutta. (Vallo & Häyrinen 2014, 189.)

Tässä opinnäytetyössä etsitään vastauksia muun muassa kysymyksiin; Millainen on onnistunut tapahtuma? Mitä asioita tulee ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä? Mitä hyötyjä saadaan tapahtumaan osallistuttaessa? Kuinka tapahtuma onnistui? Mikä on projektipäällikön rooli osana projektityöskentelyä? Opinnäytetyö toimii osittain myös työkaluna tulevaisuudessa järjestettävien Mäntsälän Kesän Avajaiset -tapahtumien apuna. Opinnäytetyössä käydään läpi projektityön eri osa-alueita ja vaiheita sekä käydään läpi sidosryhmiä, jotka ovat osana tapahtuman järjestämistä.

Tapahtuman järjestäminen vaatii huomattavan määrän ideointia, suunnittelua, budjetointia, markkinointia, tiedottamista, tapahtuman toteuttamista sekä loppuarvioinnin. Projektipäällikön rooli on hyvin monipuolinen. Projektipäällikön tulee huomioida sidosryhmät, hankkia oikeat ihmiset projektiryhmään, kyetä ratkaisemaan ristiriitoja, etsiä itselleen sopiva johtamistyyli, muistaa palkita ja kehua onnistumisissa ja lopuksi projektipäällikkö kantaa vastuun tapahtuman onnistumisesta yhdessä projektiryhmän kanssa. Projektipäälliköllä tulee olla selkeä kuva tapahtumasta ja projektipäällikkö on jatkuvasti tietoinen kaikesta projektin eri vaiheista, jotta suunnittelu ja toteutus onnistuisivat parhaalla mahdollisella tavalla. (Ollikainen 2012.)

1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää tapahtuman kannattavuutta, onnistumisia ja kokemuksia yrityksien ja tapahtumaan osallistuvan yleisön näkökulmasta. Tutkimuksen avulla pyritään vastaamaan kysymykseen, ovatko Mäntsälän Kesän Avajaiset -tapahtumat kannattavia ja koetaanko ne tarpeellisiksi yrityksien mielestä. Tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena ja kuten Vehkalahti toteaa (2014, 11), ”kyselytutkimus on tärkeä tapa kerätä ja tarkastella tietoa muun

muassa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista”. Tutkimuksen osatavoitteena oli hakea vastauksia kysymykseen, miksi jotkin yritykset eivät kiinnostu alueella järjestettävistä tapahtumista ja syitä tähän huomioon. Tutkimuksen avulla kerättiin myös kehitysideoita jatkoa ajatellen, eritoten yrityksien näkökulmasta.

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 oli poikkeuksellinen siitä johtuen, että ensimmäisen kerran tapahtumaan hankittiin suuremman profiilin esiintyjä, valtakunnallisestikin tunnettu Huuto-kauppakeisari Aki Palsanmäki, hänen vaimonsa Heli Palsanmäki sekä ohjelmassa apumiehenä toimiva Markku Saukko. Suuren profiilin esiintyjän vaikutuksia tapahtuman kiinnostavuuteen pyritään myös selvittämään tutkimuksessa. Mäntsälän kunta ja Mäntsälän Yrityskehitys Oy saavat arvokasta tietoa Mäntsälässä järjestettävien tapahtumien kannattavuudesta ja tarpeellisuudesta tulevaisuutta ajatellen.

1.3 Tutkimusmenetelmien valinta

Tämä opinnäytetyö sisältää kaksi eri tutkimusta ja tutkimusmenetelminä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta sekä kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan selvittää prosenttiosuuksiin ja lukumääriin liittyviä kysymyksiä, jonka jälkeen aineistoista saatuja tuloksia voidaan analysoida ja käsitellä. Kysymyksissä on valmiit väittämät, jonka mukaan valitaan parhaiten sopiva väittämä, mutta tämän lisäksi vastaajille on annettu mahdollisuus vastata ’jokin muu, mikä’ -vaihtoehto, jonka avulla aineistoon saatiin laajuutta.

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on menetelmäsuuntaus, jonka avulla pyritään ymmärtämään esimerkiksi jotain ilmiötä. Tässä tutkielmassa kvalitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan tutkia tapahtumaan osallistuneen yleisön kokemuksia ja käytöstä haastattelujen ja havainnointien avulla. Tutkimuksen perusjoukkona olivat Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumaan osallistuneet yritykset, Mäntsälän alueella sijaitsevat yritykset sekä tapahtumaan osallistunut yleisö. (Heikkilä 2014, 15 - 20; Räsänen 2018.)

Tutkimukset suoritettiin kyselytutkimuksina ja tiedonkeruumenetelmänä käytettiin E-lomakekyselyä (Eduix E-lomake 3.1, 2017.). Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n yritysrekisterissä oleville yrityksille sekä tapahtumassa mukana olleille yrityksille lähetettiin heti tapahtumapäivän jälkeenä arkipäivänä 22.5.2017 sähköpostitse E-kyselylomake, johon oli mahdollista vastata viikon ajan (29.5.2017 saakka). Yrityksille lähetetyssä sähköpostiviestissä oli mukana saatekirje, jossa kiitettiin kaikkia tapahtumassa mukana olleita tahoja. Kirjeessä tiedotettiin myös tapahtumapäivän kulusta ja ystävällisesti pyydettiin jokaista, myös niitä, jotka eivät tapahtumaan osallistuneet, täyttämään pikaisesti kyselylomake, jonka pääsi täyttämään sähköpostiviestin yhteydessä olevasta linkistä. Vastauksia palautui yhteensä 30 kappaletta ja vastanneista 3 yritystä eivät olleet osallistuneet tapahtumaan.

Tapahtumaan osallistuneelle yleisölle kyselytutkimus suoritettiin kysely- ja haastattelututkimuksena. Kyselyt suorittivat kaksi Laurea-ammattikorkeakoulu Tikkurilan liiketalouden opiskelijaa tapahtumapäivän aikana osallistuneille kävijöille. Kysely sisälsi asteikkoihin eli skaaloihin perustuvia kysymyksiä, monivalintakysymyksiä sekä pari avointa kysymystä. Vastaajat valittiin satunnaisesti ja kyselyt suoritettiin käyttäen informoitua kyselyä sekä E-lomakekyselyä tablettitietokoneita hyödyntäen. Yleisömäärä tapahtumapäivänä oli arvioltaan noin 2500 henkilöä. Vastauksia kyselyyn saatiin päivän aikana kerättyä 66 kappaletta. (Heikkilä 2014, 15-17; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 1997.)

1.4 Tutkielman rakenne

Tutkielman rakenne on jaoteltu useaan osaan ja ensimmäisessä eli johdanto-osiossa käydään läpi aiheita, joita tässä tutkielmassa käsitellään. Johdanto-osiossa kerrotaan Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumasta ja johdanto-osion avulla saadaan helposti kokonaiskuva siitä, mitä tutkielma pitää sisällään. Lisäksi johdanto-osiossa käydään läpi tutkimusongelmaa ja -prosesseja, tutkimuksen tavoitteita, tutkimusmenetelmien valintaa, tutkielman rakennetta sekä tutkimusperinteitä. Keskeiset käsitteet ovat myös avattu johdanto-osion viimeisessä kappaleessa.

Toisessa luvussa pohditaan teoria-aineistoa hyödyntäen, mikä on tapahtuma ja miksi niitä järjestetään. Luvussa käsitellään myös laajasti tapahtumamarkkinointia, mitä se on ja mihin sitä tarvitaan. Tämän lisäksi luvussa käsitellään projektityöskentelyä tapahtumamarkkinoinnissa.

Kolmannessa luvussa käydään läpi Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 projektityöskentelyä ja sen eri vaiheita. Lisäksi tässä luvussa käydään läpi kokonaisuudessaan Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuma. Luvussa käsitellään myös projektipäällikön eri tehtäviä, johtamista ja johtamisen haasteita.

Neljännessä luvussa esitellään toimeksiantaja/-t sekä käydään läpi Mäntsälän kunnan historiaa. Lisäksi luvussa tutkitaan tapahtumapaikan toimintaympäristöä ja alueen tämänhetkistä tilannetta.

Viidennessä luvussa käydään läpi tapahtuman vaikuttavuutta ja sitä, kuinka tapahtuma koettiin sekä tapahtumassa mukana olleiden yrittäjien kannalta että yleisön näkökulmasta. Luvussa kuusi pohditaan tuloksien pohjalta sitä, missä on onnistuttu ja mitä asioita tulisi ottaa paremmin huomioon jatkossa. Tässä osiossa oli myös pyrkimyksenä selvittää syitä siihen seikkaan, miksi jotkin Mäntsälän alueella sijaitsevat yritykset eivät syystä tai toisesta halua osallistua Mäntsälässä järjestettäviin tapahtumiin. Lisäksi tässä luvussa käydään tutkimustulokset läpi sekä analysoidaan vastauksia. Tutkimustulokset käydään läpi niin, että ensimmäiseksi tarkastellaan ja analysoidaan yritysten vastaukset ja toisessa osiossa käydään läpi yleisötutkimuksen vastaukset sekä analysoidaan niitä.

Kuudes luku sisältää yhteenvedon tutkielmasta ja tutkimuksen tuloksista. Yhteenvedon pohjalta tehdään johtopäätöksiä ja palautteista nousseet tärkeimmät kehitysideat käydään läpi. Lisäksi tässä luvussa pohditaan tutkielman luotettavuutta sekä mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

1.5 Tutkimusperinne

Mäntsälässä järjestettyjen tapahtumien kannattavuutta ja onnistumisia on tutkittu jo useampaan otteeseen vuosien varrella. Tutkimuksien tavoitteina on ollut selvittää, kuinka Mäntsälän alueella järjestetyt tapahtumat ovat onnistuneet, koetaanko ne hyödyllisiksi ja onko niillä ollut vaikutusta Mäntsälän kunnan näkyvyyteen ja imagoon. Mäntsälän kunnan mainetta ja vetovoimaisuutta on tutkittu myös useampaan otteeseen. Aikaisempia tutkimuksia ovat olleet Johanna Kulmalan (2009) Kuumailmapallolennon SM-kilpailut, Lahja Sallisen (2013) Mäntsälän maine yritysten näkökulmasta ja Maarit Väisälän (2016) Mäntsälän messut.

Mäntsälän kunta on mielenkiintoinen tutkimuksen kohde, sillä kunta on hyvin muuttovoittoinen kunta, joka kasvaa jatkuvasti. Pääkaupunkiseudun välittömässä läheisyydessä ja erinomaisesta sijainnistaan johtuen kunta houkuttelee uusia asukkaita sekä yrityksiä alueelleen. Tästä johtuen tapahtumien vaikuttavuutta, tarpeellisuutta ja onnistumisia on syytä tutkia, jotta tapahtumista ja niiden järjestämisestä saadaan kaikki hyöty irti Mäntsälän kunnan näkyvyyden, Mäntsälässä sijaitsevien yritysten sekä kuntalaisten kannalta. (Mäntsälän 2018.)

1.6 Tutkielman keskeiset käsitteet

Alla käydään lyhyesti läpi tutkielmassa mainittuja käsitteitä, joita ei sen tarkemmin ole tutkielmassa käsitelty.

Perusjoukko	Tutkimuksen kohteena oleva ryhmä, jota koskevia tietoja halutaan kerätä (Tilastokeskus 2018).
Sidosryhmä	Ryhmä, taho tai henkilö, jonka toiminnalla on tai voi olla vaikutuksia yrityksen/organisaation toimintaan ja menestymiseen (Kauppakamari 2018).
Likertin asteikko	Yleensä neljä tai viisiportainen asenneasteikko, jossa haastateltavalle esitetään väitteitä tutkittavasta asiasta, joihin otetaan kantaa valitsemalla asteikolta 1-5 vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten vastaajan käsitystä. Usein järjestysasteikko on avattu lomakkeelle niin, että toinen ääripää on täysin samaa mieltä ja toinen ääripää täysin eri mieltä. Asteikko voidaan kirjoittaa kyselylomakkeelle myös auki. (Heikkilä 2014.)

2 Tapahtumat ja niiden järjestäminen

Tässä luvussa käsitellään tapahtuman järjestämistä sekä tutustutaan tapahtumamarkkinointiin teoria-aineiston pohjalta. Lisäksi luvussa käydään läpi sitä, kuinka tapahtumat ovat osana organisaatioiden markkinointistrategiaa. Luvussa kaksi pohditaan lisäksi teoria-aineiston avulla projektityöskentelyä ja sen tuomia hyötyjä.

Tapahtumia on paljon erilaisia ja tapahtumat voivat olla organisaation ulkoisia tai sisäisiä tapahtumia. Tapahtumaksi lasketaan sekä yksityiset pienet tapahtumat kuin suuret massatapahtumatkin. Tapahtuma käsitteenä voi tarkoittaa muun muassa markkinoita, messuja, konsertteja tai muita yleisötilaisuuksia. Järjestäjänä tapahtumalle voi olla yksityinen taho, yritys tai yhdistys ja tapahtuman järjestäjä voi olla joko organisaation sisältä tai esimerkiksi palkattu tapahtumatoimisto. Tapahtuma on projekti, jota varten luodaan projektiryhmä ja projektiryhmän vastuulla on suunnitella ja toteuttaa tapahtuma. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 7.)

Tapahtumia järjestetään hyvin paljon, mutta enää niitä ei järjestetä ainoastaan järjestämisen ilosta. Nykypäivänä tapahtumaa järjestettäessä mietitään tapahtuman panos-tulos-suhdetta. Tapahtuman tavoitteet ja tapahtumasta saadut hyödyt ovatkin niitä asioita, joihin tulisi keskittyä, sillä myös asiakkaat miettivät aina vain tarkemmin mihin tapahtumiin aikovat osallistua. Olipa kyse mistä tahansa liikemaailman tapahtumasta, tähdätään tapahtumassa aina johonkin tulokseen ja tavoitteeseen. Nykypäivänä sosiaalisen median aikakaudella työelämässä vuorovaikutus ja kommunikointi voivat olla hyvin pinnallisia ja tästäkin syystä tapahtumat ovat oiva tilaisuus ja erinomainen keino syventää vuorovaikutusta ja suhteita sidosryhmien kanssa. (Vallo & Häyrynen 2014, 9 - 21; Muhonen & Heikkinen 2003, 38.)

Tapahtumien tavoitteena voi olla esimerkiksi hankkia lisää näkyvyyttä, kehittää ja lujittaa nykyisiä suhteita omiin sidosryhmiin, kehittää yrityskuvaa, välittää yrityksen tai organisaation visioita ja arvoja, esitellä ja myydä palveluita tai tuotteita sekä hankkia uusia asiakkaita tai yhteistyökumppaneita. Kun osataan vastata kysymykseen, miksi tapahtumaa ollaan järjestämässä ja kenelle se on suunnattu, ollaan silloin hyvin todennäköisesti valittu oikea markkinointikanava ja näin ollen tapahtumalla on suurempi todennäköisyys vaikuttaa positiivisesti esimerkiksi organisaation näkyvyyteen. Mitä selkeämpi tavoite tapahtumalle on luotu, on sen onnistumista myös huomattavasti helpompi tutkia ja mitata. (Vallo & Häyrynen 2014, 22.)

Suomessa järjestetään kesäisin tapahtumia hyvin paljon ja monissa kunnissa esimerkiksi kesämarkkinat voivat olla vuoden kohokohta kunnan asukkaille, matkailijoille ja ylipäätään yrityselämälle. Kesämarkkinat voivat olla kunnan alueella oleville yrittäjille se hetki, kun talven aikana hiljaista kassavirtaa voidaan täydentää. Tapahtumat ovat usein paikallisväritteisiä ja ne

toteutetaankin hyvin usein kunnan kulttuurin mukaisesti perinteitä kunnioittaen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 12.)

Tapahtuman suunnittelu on aikaa vievää ja se vaatii myös paljon osaamista. Tapahtuman suunnittelun tulisi lähteä siitä liikkeelle, mitä muutoksia halutaan saada aikaan esimerkiksi tapahtuman osallistujien mielikuvissa tai kokemuksissa, joko ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana tai jälkeen tapahtuman. Tapahtumaa järjestettäessä tulisikin miettiä haettuja tavoitteita ja sitä, kuinka osallistujien asenteisiin voitaisiin vaikuttaa. Tästä johtuen esimerkiksi tapahtuman esiintyjä tai esiintyjät ovat tärkeä valita oikein niin, että ne luovat halutun mielikuvan tapahtuman järjestäjästä sekä ovat järjestävän tahon brändin mukaisia. (Vallo & Häyrynen 2014, 22-23.)

Tapahtumien järjestämisessä piilee aina vaara ja viehätys, sillä tapahtumat edustavat järjestävää organisaatiota sekä sen edustajia. Jos tapahtuman järjestelyt eivät toimi tai tapahtuma ei puhuttele lainkaan kohderyhmää, on vaarana, että tapahtumasta jää ainoastaan negatiivinen mielikuva, kun taas onnistunut tapahtuma luo organisaatiosta ja sen edustajista miellyttävän, positiivisen kuvan. Yhtenä vaihtoehtona on myös se, että tapahtumasta ei muisteta seuraavalla viikolla enää mitään, joten vaikutukset jäävät neutraaleiksi. Teot puhuvat puolestaan, joten oikeanlaisella toiminnalla, hyvällä suunnittelulla ja tarkoin kohdennetuilla tavoitteilla todennäköisesti saavutetaan haluttu positiivinen tulos. (Vallo & Häyrynen 2014, 23-30.)

Tapahtumien kilpailuetuna verrattuna muihin markkinointiviestinnänvälineisiin on se, että tapahtumissa hyödynnetään useita aisteja. Aisteja aktivoimalla tapahtumista jää hyvin todennäköisesti syvempi mielikuva, muistijälki on pidempi ja tältä osin vaikutukset ovat pitkäkantoisemmat. Tapahtumissa henkilökohtaisten kokemusten avulla saadaan rakennettua perinteistä mediamainontaa paremmin mielikuvia brändistä ja samalla voidaan myös vahvistaa sitä. Tapahtumien avulla lisätään tietoutta, vahvistetaan brändiä ja imagoa sekä yhdistetään eri sidosryhmiä. (Vallo & Häyrynen 2014, 22; Korhonen ym. 2015, 7-9.)

2.1 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi on käsitteenä suhteellisen tuore. Vielä 1970-luvulla tapahtumamarkkinointia ei edes tunnettu terminä. 1980-luvulla tapahtumamarkkinointi käsitteenä alkoi nousta tietoisuuteen, mutta silloinkin tapahtumat olivat pääosin kosteita tilaisuuksia, joissa pääosin pidettiin hauskaa. Tapahtumat olivat vain juhlia, joissa hoidettiin suhdetoimintaa ilman sen syvempää tavoitteellisuutta. 1990-luvulla tapahtumat olivat jo ammattimaisempia ja organisaatioissa opittiinkin puhumaan sidosryhmistä. Tällöin tapahtumista sai osansa henkilöstö, yhteistyökumppanit ja asiakkaat. 2000-luvulla tapahtumamarkkinointi alkoi olla jo huomattavasti kohdistetumpaa ja nyt mietitäänkin, mitä järjestetään, miten järjestetään ja kenelle. Nykyään

tapahtumien tulisikin tarjota kävijälle jotain vastinetta siitä, että he käyttävät aikaansa osallistumalla tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 24-25.)

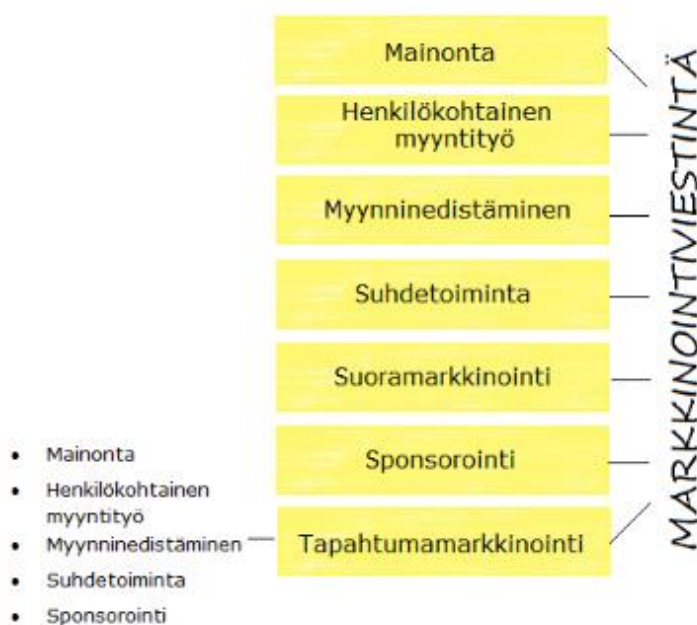
Markkinointi ja tapahtuman järjestäminen muodostavat yhdessä määritelmän tapahtumamarkkinointi. Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jonka tarkoituksena on välittää organisaation sanomaa niin, että saadaan ihminen toimimaan halutulla tavalla. Tapahtumamarkkinointi on toiminnallinen kokonaisuus, jonka vuorovaikutteisella ja tavoitteellisella tavalla yhdistetään organisaatiota ja sen kohderyhmiä. Tapahtumamarkkinointi on osa markkinointiviestinnän kenttää, joka käsittää mainontaa, myyntityötä, suhdetoimintaa, sponsorointia ja myynninedistämistä. Määritelmiä tapahtumamarkkinoinnista on toki hyvin useita, mutta usein määritelmien mukaan tapahtumamarkkinointi on pitkäjänteistä toimintaa, jossa yritys tai yhdistys viestii kohderyhmien kanssa ja kohtaa sidosryhmiä suunnitellussa ympäristössä ja tilanteessa. Sanotaankin, että tapahtumamarkkinointi on suhdemarkkinoinnin suhteen tärkein työkalu. (Vallo & Häyrinen 2014, 19; Muhonen & Heikkinen 2003, 41-57.)

Tapahtumamarkkinointia voi toteuttaa usealla eri tavalla ja mikäli kykenee suunnittelemaan ja toteuttamaan itse omia tapahtumia, saadaan useimmiten myös hyviä tuloksia. Organisaation omat tavoitteet ovat tällöin pääosassa tapahtumaa suunniteltaessa. Tapahtumaa voi olla järjestämässä yhteistyökumppaneita ja oikealla yhteistyökumppaneiden valinnalla ja edes osittaisilla yhteisillä tavoitteilla voidaan saada paljon aikaan. Kuten esimerkiksi Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumassa, tapahtuman järjestäminen ja suunnittelu tehtiin yhdessä Mäntsälän kunnan, Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n, Mäntsälän Yrittäjät ry:n sekä Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n kanssa, jossa kaikilla oli yhteinen tavoite. Pyrkimyksenä oli saada lisää näkyvyyttä sekä kunnan että yrityksen kannalta. (Muhonen & Heikkinen 2003, 82.)

Informaatiotulva, jota kohtaamme nykypäivänä, on aiheuttanut sen, että perinteiset markkinointiviestinnän keinot eivät enää riitä ja jonka seurauksena tapahtumamarkkinointi on selvästi lisääntynyt. Organisaatiot joutuvat kilpailemaan erottuakseen kilpailijoista ja kilpailevista viesteistä ja tapahtumamarkkinointi on sellaista toimintaa, jolla pyritäänkin erottumaan tavoitteellisella ja vuorovaikutteisella tavalla. Tapahtumamarkkinoinnin avulla pyritään vahvistamaan kunnan imagoa ja tehdä siitä entistä houkuttelevampi. Tapahtumamarkkinointia hyödynnetään omien tavoitteiden läpiviennissä. Tapahtumamarkkinoinnin vahvuuksia onkin muun muassa erottua joukosta myönteisesti tuottamalla elämyksellisiä kokemuksia. Hyviä tapahtumia suunniteltaessa elämyksellisyyden ei myöskään tarvitse olla ainoa asia johon keskitytään, vaan hyviä työkaluja ovat myös erilaisten asiantuntijoiden hyödyntäminen tapahtumissa ja seminaareissa, jotta haluttu viesti saadaan perille. Tällöin ei voida puhua elämyksellisyydestä vaan siitä, että tapahtumaan osallistunut vieras saa antamalleen ajalle vastinetta ja hyviä kokemuksia. (Vallo & Häyrinen 2014, 19-40; Muhonen & Heikkinen 2003, 42.)

2.2 Tapahtumat osana markkinointistrategiaa ja -viestintää

Tapahtumamarkkinointia ei ole tarkoitus hyödyntää ainoana markkinointiviestinnän kanavana, vaan tapahtumamarkkinoinnin tulee olla aina osa organisaation muuta markkinointiviestintää. Usein tapahtumat ovat luonteeltaan kampanjaluonteisia, mutta niiden ei tulisi kuitenkaan koskaan olla yksittäisiä, irrallisia tapahtumia, vaan jollain tavoin niiden pitäisi kytkeytyä organisaation muuhun yhtenäiseen markkinointiin, kuten alla olevasta kuviosta voidaan nähdä (kuvio 1). Tapahtumamarkkinoinnin näkökulmasta tapahtumalle tulee asettaa tavoitteet, ne ovat suunnitelmallisia ja kohderyhmät ovat tarkoin määriteltä. Kaikki tapahtumat voidaan lukea tapahtumamarkkinoinniksi, joissa yritys markkinoi tai muuten edistää tuotteiden tai palvelujen myyntiä. (Vallo & Häyrinen 2014, 20; Muhonen & Heikkinen 2003, 45.)



Kuvio 1. Tapahtumamarkkinointi osana markkinointimixiä (Muhonen & Heikkinen 2003, 76.)

Tapahtumamarkkinointi mielletään perinteisesti suhde- ja tiedotustoimintaan ja edelleen osa organisaatioista mieltää tapahtumat ainoastaan osaksi suhdetoimintaan. Tästä syystä tapahtumille ei usein ole asetettu selkeämpiä tavoitteita. Tapahtumamarkkinoinnin syvempi ajatus on lähestyä asiaa huomattavasti monimuotoisemmin. Tapahtumat ovat parhaimmillaan tunteisiin vaikuttamista ja tapahtumamarkkinointi on yhä enemmän henkilökohtaista myyntityötä, menekinedistämistä sekä suhde- ja tiedotustoimintaa, kertoo Vallo & Häyrinen (2014, 29). Mikäli organisaatio valitsee tapahtumavetoisen markkinointistrategian, tulisi sen myös näkyä organisaation markkinointisuunnitelmassa. Eri markkinointiviestinnän keinot, kuten sosiaalinen media, mainonta ja suoramarkkinointi tukevat tapahtumia. Tapahtumamarkkinoinnin tavoitteena on tuoda organisaation toimintaa tunnetuksi, saada jäsenet osallistumaan aktiivisesti toimintaan ja saada lisää jäseniä. (Vallo & Häyrinen 2014, 30-31.)

Tapahtumat voivat toimia samalla tavalla, kuin muutkin markkinointiviestinnän välineet. Markkinointiviestinnän kohteena voivat yhtä hyvin olla yhteistyökumppanit, sidosryhmät, henkilöstö tai kuten Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumassa, kuntalaiset sekä lähialueen yritykset. Tavoitteena on rakentaa organisaatiosta, sen tuotteista tai palveluista positiivista mielikuvaa, luoda haluttua imagoa ja saada aikaan organisaation tavoittelemaa toimintaa, oli se sitten luoda hyvää yhteishenkeä, hankkia uusia jäsenyyksiä tai edistää kunnan imagoa. Markkinoinnin eri välineitä käytettäessä ja niitä valittaessa, on se sitten perinteistä mainontaa tai tapahtuma, se joko vahvistaa tai heikentää organisaation imagoa ja luo mainetta. Teoilla rakennetaan mainetta ja tapahtumamarkkinoinnissa kyse onkin erityisesti teoista. (Vallo & Häyrinen 2014, 33-34.)

Haluttu mielikuva ja arvot ovat niitä asioita, joille markkinointiviestintä rakennetaan. Mikäli arvona on esimerkiksi asiakaslähtöisyys, markkinointiviestinnässä se voisi muun muassa tarkoittaa sitä, että tapahtumat voisivat olla suuri osa organisaation markkinointia. Tapahtumissa ja tilaisuuksissa se näkyy siten, että asiakkaille tarjotaan parasta mahdollista palvelua ja huomiota osakseen tapahtuman järjestäjältä. Tästä syystä myös tapahtumia järjestettäessä tulisikin miettiä, mitä mielikuvaa yleisölle halutaan tarjota. Jos esimerkiksi halutaan esitellä eri mahdollisuuksia ja harrastuksia, joita kunta tarjoaa, kuinka se myös tuodaan näkyville tapahtumassa. Voisiko tapahtumaan hankkia esimerkiksi paikallisia harrastelijoita eri harrastepiireistä ja näin ollen luoda mielenkiintoa kunnan alueella olevista mahdollisuuksista ja tarjoomasta? (Vallo & Häyrinen 2014, 34-35.)

Tapahtumamarkkinointi on hyvin luonteva osa organisaation markkinointiviestinnän kokonaisuutta. Yksittäin, ainoana viestinnän välineenä se ei toimi, vaan ennemminkin sen tulisi olla yksi perustoiminnoista, jonka avulla luodaan syvempää suhdetta asiakkaaseen. Tapahtumat ovatkin yksi markkinoinnin välineistä muiden joukossa ja organisaation tulisikin miettiä, mitä eri välineitä käytetään eri viestien välittämiseen sekä eri kohderyhmiin. Palautteen kerääminen kuuluu osana tapahtuman järjestämistä ja markkinointiviestinnästä kerätään usein paljon palautetta. Palautteen kerääminen on hyvin helppoa ja samalla myös todella hyödyllistä. Palautteen avulla voidaan kehittää toimintaa ja palaute usein vastaa kysymyksiin, ”pääsimmekö tavoitteeseen, menikö viesti perille”? Tapahtumat ovat parhaimmillaan vahva osa markkinointiviestintästrategiaa, ne ovat tavoitteellisia ja niiden avulla rakennetaan haluttua imagoa ja mielikuvaa. Palautteen avulla niistä voidaan myös oppia. Tapahtumamarkkinoinnin etuna on, että se on vuorovaikutteista ja tapahtumissa on mahdollista vaikuttaa osallistujien tunteisiin. (Muhonen & Heikkinen 2003, 44-45; Vallo & Häyrinen 2014, 33-36.)

2.3 Tapahtuman idea ja kohderyhmä

Tapahtuman järjestämisessä täytyy olla idea, joka hyödyttää omien tavoitteiden läpivientiä ja tapahtumaa järjestettäessä tulee myös miettiä tarkkaan, kenelle tapahtumaa ollaan tekemässä. Tapahtumamarkkinointia on esimerkiksi käytetty hyväksi vuosittain Helsingissä järjestetyillä maakuntapäivillä, joissa maakunnat esiintyvät Senaatintorilla tuomalla omaa yritystoimintaa ja matkailutarjontaa tutuksi pääkaupunkilaisille. Tapahtumassa esitellään muun muassa kunnan historiaa, kulttuuritarjontaa ja palveluja. Suomessa, varsinkin kesäisin, järjestetään myös erilaisia tapahtumia, joiden tavoitteena on houkutella paikkakunnalle lisää matkailijoita, tehdä kuntaa tunnetuksi ja luoda myönteistä kuvaa kunnasta. Tapahtumia on ympäri Suomea ja osalla tapahtumista on hyvinkin pitkä historia. Tapahtumilla voidaan muun muassa markkinoida yhteisöä, tuotetta, työpaikkaa, politiikkaa tai kulttuuria. Tapahtumamarkkinoinnin kohteita tai käyttötarkoituksia onkin lähes rajattomasti. (Vallo & Häyrinen 2014, 40-45; Etelä-Pohjanmaan liitto 2018.)

Ennen kuin projektia ja tapahtumaa aletaan käynnistellä ja suunnitella, tulee miettiä kohderyhmä, jolle tapahtuma tullaan järjestämään. Kohderyhmän tulisi olla selkeänä mielessä ja kohteena voivat olla esimerkiksi jo olemassa olevat organisaation asiakkaat, henkilöstö, yhteistyökumppanit kuin potentiaaliset asiakkaatkin. Tapahtumaa järjestettäessä tulee muistaa se, että tapahtumaa ei olla järjestämässä itselle, vaan jollekin erikseen määritetylle kohderyhmälle. Alla olevassa kuvassa (kuva 1) on nähtävillä onnistuneen tapahtuman malli. (Lööv 2002, 38; Vallo & Häyrinen 2014, 123-124.)



Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli (Faustus Oy 2018.)

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuman kohderyhmänä olivat Mäntsälän alueella sijaitsevat yritykset/yhdistykset, Mäntsälän sekä lähikuntien asukkaat, painopisteen kuitenkin ollessa Mäntsälän asukkaissa. Tapahtuma oli kaikille avoin yhteisöllinen ja maksuton tapahtuma, jossa myös perheelliset viihtyisivät. Tavoitteena oli tuoda näkyvyyttä Mäntsälän kunnalle sekä Mäntsälän alueella sijaitseville yrityksille. Osallistumalla tapahtumaan yrityksillä oli mahdollisuus verkostoitua sekä luoda uusia kontakteja jalkautumalla kuntalaisten pariin.

Tapahtumaan kutsuttavien yhteystietojen hankkiminen voi olla hankalaa. Mikäli tiedetään etukäteen, ketä tapahtumaan ollaan kutsumassa tai halutaan kutsua, organisaation asiakashallintajärjestelmästä voi olla esimerkiksi tällöin hyötyä. Mäntsälän Kesän Avajaisissa 2017 tapahtuman järjestäjät hyödynsivät Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n ylläpitämää yritysrekisteriä lähettämällä tiedotteen tapahtumasta kaikille yritysrekisterissä oleville yrityksille. Tiedotteessa kerrottiin mistä tapahtumassa on kyse, koska tapahtuma järjestetään ja kuinka tapahtumaan on mahdollista osallistua. Se, että sidosryhmien yhteistiedot ovat saatavilla ja niitä päivitetään jatkuvasti, helpottaa se huomattavasti tapahtuman järjestäjiä sekä nopeuttavat prosessia. (Vallo & Häyrinen 2014, 125.)

2.4 Projektityöskentely tapahtumamarkkinoinnissa

Projektimuotoinen työ on toimintamalli, joka voi olla ja usein onkin organisaatiossa tapa, jolla työtä tehdään. Organisaatiossa asetetaan jokin projekti määräajaksi jollekin tietyille tehtävälle jollain tietyillä resursseilla. Projekti on sellainen, jossa käydään läpi jäsennelty prosessi, joka johtaa ideasta toteutumiseen. Hyvin usein organisaatiossa voi olla useampi projekti meneillään samanaikaisesti ja toisinaan uusia projekteja aloitetaan ennen kuin edellisiä projekteja on saatu päätökseen. Projektityöstä on tullut kiinteä osa työelämää, palvelusektoria, julkisten virastojen toimintaa ja kolmannen sektorin järjestöjen johtamista. (Virtanen 2009, 27-65; Löw 2002, 16.)

Projekteja on erilaisia ja ne voidaan ryhmitellä luonteen perusteella eri tyyppeihin. Toki ryhmittely ei ole aina yksikäsitteinen, vaan liiketoiminnan alueella projektit jaetaan lähinnä keskeisten johtamisseikkojen mukaisesti. Eri tyyppisiä projekteja ovat muun muassa tutkimus-, tuotekehitys-, toimitus- ja toiminnan kehittämisprojektit. Näiden lisäksi liiketoiminnan ulkopuolella esiintyviä projekteja ovat esimerkiksi eri juhlatilaisuuksien järjestäminen, urheilukilpailut ja kesätapahtumien toteuttaminen. Sana projekti on peräisin latinan kielestä ja se tarkoittaa suunnitelmaa tai ehdotusta, ja jotta yleisötapahtuma toteutettaisiin järjestelmällisesti, tulisi se alusta alkaen suunnitella ja toteuttaa projektityöskentelyn tapoja noudattaen. Projektilla on selkeä tavoite, se on kertaluontoinen kokonaisuus, jonka toteuttamisesta vastaa sitä varten perustettu organisaatio, jolla on käytettävissä määritellyt voimavarat ja panokset. (Pelin 2011, 31-34; Kauhanen ym. 2002, 23-24.)

Projektityöskentely on yleistynyt ja sitä käytetään nykyään yhä enemmän. Suosio projektimuotoiselle työskentelylle johtuu siitä, että projektit ovat tulossuuntautuneita, asiat voidaan laittaa tärkeysjärjestykseen ja samalla voidaan keskittää tarmo tiettyyn tehtävään. Kun tavoitteet on määritelty, päätöksenteko helpottuu ja tästä syystä projektityöskentely etenee useimmiten nopeammin, kuin esimerkiksi tavallinen työskentely. Vaikka projektit usein suunnitellaan hyvin, ei se automaattisesti tarkoita sitä, että projekti menestyy. Usein menestyneet projektit ovat suunniteltu suhteellisen epämääräisesti, joka osaltaan voi näkyä luovuudessa ja uudistumisessa. (Lööw 2002, 18 Virtanen 2009, 37-48.)

3 Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumasta

Tässä luvussa kerrotaan Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumasta, tapahtuman järjestämisestä sekä koko projektista kokonaisuudessaan. Luvussa käydään läpi projekti- ja toteutussuunnitelma, tapahtuman sisältö ja toteutusvaihe, yhteistyökumppanit, tapahtuman luvat ja ilmoitukset, tapahtuman markkinointi ja viestintä, budjetointi, riskit ja niiden hallinta sekä purku ja jälkitoimet. Lisäksi luvussa käsitellään projektipäällikön tehtäviä, johtamisen taitoja sekä projektipäällikkönä toimimisen tuomia haasteita.

3.1 Tapahtuman esittely

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuma on yhteisöllinen koko perheen tapahtuma, jonka tarkoituksena on tuoda näkyvyyttä Mäntsälän kunnalle ja Mäntsälän alueella toimiville yrityksille. Tapahtuman tarkoituksena on tuoda yritykset ja yhteisöt kuntalaisten pariin ja tapahtumaan osallistumalla yrityksellä on mahdollisuus markkinoida yritystä sekä tavoittaa uusia asiakkaita. Tapahtuman tavoitteena on myös edistää Mäntsälän kunnan houkuttelevuutta sekä tuoda kuntaa paremmin näkyviin. (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2017.)

Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaa on järjestetty Mäntsälässä jo vuodesta 2010 saakka ja ennen tapahtuma kulki nimellä Mäntsälän kesäkadun avajaiset. Mäntsälän Yrittäjistä Jari Silanpää mainitsee, että ”kesäkauden avajaiset ovat oiva tapa ryhdistää yritysten markkinointi, lisätä tunnettavuutta ja luoda yhteishenkeä” (Mäntsälän Uutiset 2011). Ensimmäiset tapahtumat olivat hyvin pienimuotoisia, mutta vuoden 2017 toteutus oli huomattavasti laajempi. Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 projektiryhmän ajatuksena heti alusta pitäen oli, että tapahtumasta tehdään suurempi, ja jo ensimmäisestä tapaamisesta lähtien tapahtumalle mietittiin vaikuttavampaa pääesiintyjää. Projektin asettaja, Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n toimitusjohtaja Harri Kari määritteli tapahtumalle budjetin, jonka perusteella tapahtumaa alettiin suunnittelemaan.

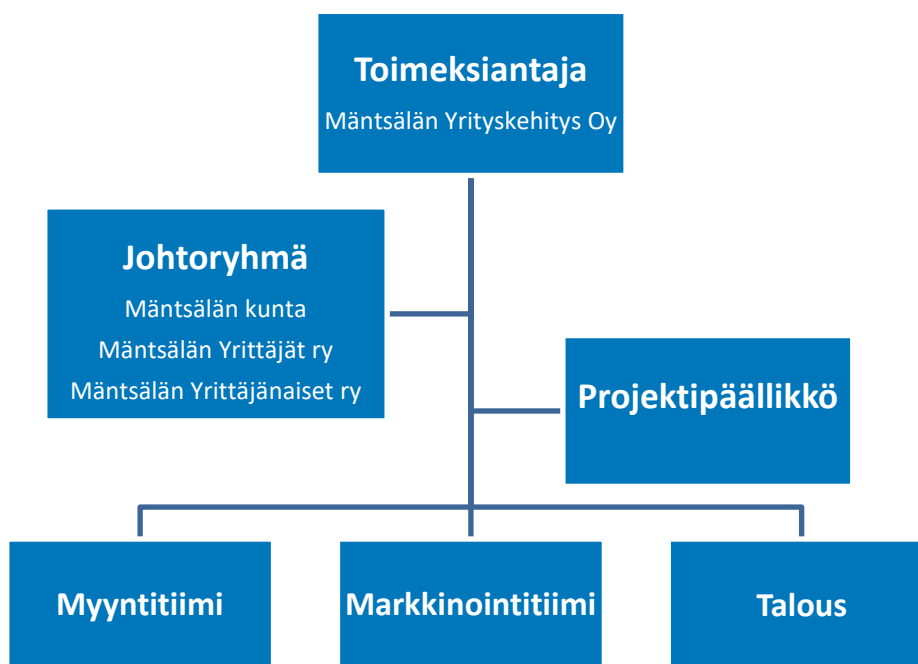
Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumaan valittiin pääesiintyjäksi TV:stä tutut Suomen Huutokauppakeisari Aki Palsanmäki, Heli Palsanmäki sekä Markku Saukko. Tapahtumassa järjestettiin huutokauppa, jonka tuotto lahjoitettiin hyväntekeväisyyteen. Huutokaupattavana oli monenlaista tavaraa ja huutokauppaan pyydettiin yrityksiä sekä kuntalaisia lahjoittamaan tarpeettomaksi jääneitä hyviä tavaroita. Samalla mäntsäläläisiä pyydettiin ehdottamaan hyväntekeväisyyskohdetta, jolle huutokaupasta saadut tuotot lahjotettaisiin. Hyväntekeväisyyskohde sai olla jokin paikallinen hyvää tekevä taho. Työryhmä yhdessä päätti ehdotetuista kohteista, että huutokaupan tuotot lahjoitetaan Mäntsälän Nuorten kummit- sekä Mäntsälän ja Pornaisten Muisti ry:n kesken. Tapahtumapäivänä huutokaupan lopuksi erillisenä kohteena kaupattiin omakotitontti Männikön alueelta, jonka tuottoja ei ohjattu hyväntekeväisyyteen. Tontille määriteltiin pohjahinnaksi 30 000€ ja tontin huutamiseen osallistuminen edellytti ennakoon suoritettava varausmaksu, joka oli suuruudeltaan 1000€.

Tapahtumaan oli tarkoituksena järjestää esiintyjä, joka herättäisi mahdollisimman suurta kiinnostusta yleisön, yrityksien sekä median suhteen. Tavoitteena oli kasvattaa yleisö määrää ja saada yleisöä myös laajemmalla alueella, jotta saataisiin mahdollisimman paljon näkyvyyttä Mäntsälän kunnalle. Tapahtumamarkkinointi on suhdetoimintaa ja tapahtumat ovatkin oiva tilaisuus panostaa suhteiden ylläpitoon. Kesän Avajaiset -tapahtumia järjestettäessä tavoitteena on vahvistaa Mäntsälän kunnan imagoa sekä luoda yhteishenkeä. Toteuttaessa tapahtumamarkkinointia, julkisuusarvo on hyvä apukeino siihen, että saadaan tapahtumalle mahdollisimman paljon näkyvyyttä. Vuoden 2017 tapahtuman tavoitteena oli järjestää elämyksellinen kokemus, hankkia lisää näkyvyyttä ja jättää positiivinen muistijälki Mäntsälän kunnasta sekä sen lähialueen yrityksistä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 76.)

3.2 Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 projektista

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuma sai alkunsa siitä, kun projektin toimeksiantajanakin toimiva Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n toimitusjohtaja Harri Kari esitteli projektin Laurea-ammattikorkeakoulu Tikkurilan liiketalousopiskelijoille. Aloituskokous järjestettiin joulukuussa 2016 Laurea Tikkurilan kampuksella ja kokouksessa oli läsnä seitsemän opiskelijaa. Hyvin pian kokouksen jälkeen Laurean työryhmä järjesti tapaamisen, jossa määriteltiin jokaiselle työryhmän jäsenelle rooli ja samalla äänestettiin työryhmästä yksi jäsen projektipäälliköksi. Alkuun Laurea työryhmä piti suunnittelupalavereja usein, jonka pohjalta tapahtumaa alettiin ideoida. Projektille oli määriteltä budjetti projektin asettajan Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n toimesta. Työryhmän kokemattomuudesta johtuen ja suuren työmäärän vuoksi työryhmä sai vielä kahdeksannen opiskelijan mukaan.

Projektiorganisaation johtoryhmä koostui Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n (projektin asettaja), Mäntsälän Yrittäjät ry:n, Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n sekä Mäntsälän kunnan edustajista. Toimeksiantajana tapahtumalle oli Mäntsälän Yrityskehitys Oy. Johtoryhmällä oli lopullinen päätösvalta projektin toteutukseen liittyvissä asioissa. Laurean opiskelijoista muodostetun työryhmän tehtävänä oli varmistaa, että projekti saavuttaa asetetut tavoitteet. Työryhmä suunnitteli, ideoi ja järjesti tapahtuman johtoryhmän asettamien raamien mukaisesti. Työryhmä vastasi juoksevista työtehtävistä, piti huolen siitä, että laaditun suunnitelman mukaiset tehtävät tuli suoritettua ja raportoi tilannetta jatkuvasti johtoryhmälle. Laurea työryhmän ja johtoryhmän kanssa pidetyt kokoukset järjestettiin lähes aina Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n tiloissa. Kokouksia pidettiin aluksi harvemmin, mutta tapahtumapäivän lähestyessä kokouksien määrä lisättiin tarpeen mukaan. Koko projektin läpiviennin aikana kokouksissa oli aktiivisesti läsnä vähintään 10-15 henkilöä. Alla olevassa kuviossa (kuvio 2) on nähtävillä Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 -projektiorganisaatio. (Pelin 2011, 60; Lööw 2002, 31.)



Kuvio 2. Projektiorganisaatio (Placeres 2017.)

Laurean opiskelijoista muodostunut työryhmä jaettiin useampaan tiimiin. Työryhmän sisällä jaetut tiimit muodostettiin myynti-, markkinointi- ja taloustiimiin. Vaikka työryhmän jäsenet jaettiin eri tiimeihin, oppimisen kannalta ajatuksena oli kuitenkin toimia niin, että jokainen työryhmän jäsen saisi mahdollisuuksien mukaan toimia kaikissa eri tehtävissä. Työryhmät muuttuivat hieman projektin edetessä, mutta pääosin ne pysyivät alkuperäisen suunnitelman mukaisina. Työryhmät raportoivat projektipäällikölle ja projektipäällikkö raportoi johtoryhmälle projektin edistymisestä. (Lööw 2002, 32.)

3.3 Projekti- ja toteutussuunnitelma

Ennen projekti-idean toteuttamista ja projektisuunnittelua tulisi esiselvittää, onko idea kannattava ja tarpeellinen. On myös tärkeää selvittää muun muassa se, onko samalla alueella tai lähistöllä samana päivänä järjesteillä jo vastaavanlainen yleisötapahtuma. Esiselvitysten avulla vähennetään päällekkäisyyksien riskiä. Mikäli päätös ja riittävät esiselvitykset on tehty, tulee organisaation johdon päättää, kuka tapahtuman suunnittelee, kuinka laajasti tapahtuma toteutetaan ja ketkä ovat vastuussa tapahtuman suunnittelusta sekä toteutuksesta. Kun tausta ja muut selvitykset on tehty, projektiryhmä voi aloittaa projektisuunnitelman laatimisen. Tavoitteena on tehdä melko lyhyessä ajassa seikkaperäinen raportti johtoryhmälle siitä, miten, missä ja milloin yleisötapahtuma aiotaan järjestää. (Kauhanen ym. 2002, 28.)

Mäntsälän Kesän Avajaiset työryhmä laati ensimmäisen tapaamisen jälkeen hyvin nopealla aikataululla projektisuunnitelman, joka esiteltiin johtoryhmälle. Projektisuunnitelma voi vaihdella sisällöltään, mutta Mäntsälän Kesän Avajaiset työryhmän sisältö oli seuraavanlainen: Johdanto-osio, tavoitteet, vaikuttavuus, rajaus, kohderyhmät, sidosryhmät, projektin hallinta tehtäväluetteloinen ja gantt -taulukoinen, projektiorganisaation esittely ja vastuuhenkilöt, resurssit ja budjetointi, markkinointi ja riskit sekä riskienhallinta. Projektisuunnitelman runko luoteltuna alla olevassa taulukossa (taulukko 1). (Kauhanen ym. 2002, 28-29.)

Projektisuunnitelman runko - Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

- Johdanto/Taustaa
- Tavoitteet
- Vaikuttavuus
- Rajaus
- Kohderyhmät
- Sidosryhmät
- Projektinhallinta
- Tehtäväluettelo
- Projektiorganisaation esittely
- Vastuuhenkilöt
- Resurssit ja budjetointi
- Tapahtuman markkinointi
- Riskit ja riskienhallinta

Taulukko 1. Projektisuunnitelman runko - Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 (Placeres 2017.)

Johdanto-osiossa kerrottiin projektin sisällöstä ja taustasta, kuten projektin organisaatorakenteesta, Mäntsälän historiasta, tapahtuman luonteesta sekä mitä hyötyä tapahtumasta olisi muun muassa kunnan kannalta. Alun perin teemana oli ”Mäntsälä liikkuu”, mutta tapahtuman luonne muuttui projektin edetessä. Tavoitteena oli luoda onnistunut tapahtuma niin kuntalaisien kuin paikallisten yritysten kannalta ja lisäksi tavoitteena oli tuoda näkyvyyttä Mäntsälän kunnalle. Tapahtuman toivottu vaikuttavuus oli se, että yritykset saisivat näkyvyyttä sekä lisämyyntiä ja kunnan kannalta saataisiin luotua entistä yhteisöllisempi ja positiivisempi kuva. Positiivisen kuvan avulla Mäntsälästä saataisiin houkuttelevampi ja tämä voisi osaltaan luoda esimerkiksi uusia työpaikkoja.

Projektisuunnitelmassa selvitettiin tapahtuman kohderyhmät, sidosryhmät, kuinka projektia rajattiin ja tarkempi selvitys työryhmän jaosta tiimeihin. Talousarviot projektisuunnitelmassa oli suhteellisen suppeat, mutta projektiin annetun budjetin mukaisesti tehtiin selvitys siitä, mihin varat tultaisiin käyttämään. Tapahtuman markkinoinnista kerrottiin muun muassa se, ketkä pääosin hoitavat markkinoinnin ja mitä väyliä markkinoinnissa tullaan hyödyntämään. Ideana heti alkuun oli päivittää vanhat Mäntsälän kesäkadun avajaiset Facebook-sivut. Projektisuunnitelmassa pohdittiin myös riskejä ja niiden hallintaa.

Toteutussuunnitelma on pidemmälle viety työkalu, suunnitelma, josta selviää aikataulut, tehtäväluettelo, vastuuhenkilöt, tapahtuman ajankohta ja paikka sekä kaikki organisaation ulkopuoliset palvelut. Mäntsälän Kesän Avajaiset toteutussuunnitelmaan oli sisällytetty myös riskit ja niiden hallinta. Toteutussuunnitelman avulla tiedetään suunnilleen mitä ja minkälaisia työtehtäviä tapahtuman toteuttamiseksi tarvitaan, kuka ne hoitavat ja koska ne on oltava tehtyinä. Toteutussuunnitelma on erittäin käytännöllinen työkalu myös projektipäällikköä ajatellen. Toteutussuunnitelmaa seuraten projektipäällikön on helpompi pitää langat käsissään, tilanteisiin on helpompi reagoida, kun on jatkuvasti tietoinen siitä missä mennään. (Kauhanen ym. 2002,50-51.)

Projektisuunnitelma esitettiin johtoryhmälle ja johtoryhmä otti kantaa ehdotettuihin ideoihin. Projektisuunnitelma käytiin kohta kohdalta läpi Mäntsälässä järjestetyssä kokouksessa ja johtoryhmän kommenttien ja lisäehdotuksien mukaisesti projektiryhmä laati projektisuunnitelman lisäksi toimintasuunnitelman hyvin pikaisella aikataululla. Kun johtoryhmä näytti vihreää valoa projektille ja työryhmän suunnitelmille, tehtäviä lähdettiin toteuttamaan suurella sykkeellä. Projekti- ja toteutussuunnitelma ovat erittäin tärkeitä ja käytännöllisiä projektihallinnan työkaluja, jotka oikein käytettyinä toimivat suunnan näyttäjinä läpi koko projektin. Vaikka ideat ja suunnitelmat muuttuvatkin usein projektin edetessä, suunnitelmien avulla voidaan kuitenkin seurata kokonaisuutta erinomaisesti.

3.4 Tapahtuman sisältö ja toteutusvaihe

Tapahtuman sisältöön ja luonteeseen vaikuttavat muun muassa käytettävissä oleva budjetti, tavoiteltu kohderyhmä ja se, mitä ensisijaisesti tavoitellaan. Kun tavoitteet ja budjetti on määritelty, käytännön toimia on helpompi miettiä ja näin ollen myös asetetut tavoitteet saavuttaa. Tapahtumia järjestettäessä tavoitteena on usein tehdä tulosta. Tuloksia tavoiteltaessa ei välttämättä suoranaisesti tavoitella myyntitulosta, vaan tavoitteet voidaan jakaa välillisiin ja välittömiin tavoitteisiin. Välittömissä tavoitteissa tavoitellaan yleensä taloudellisia tavoitteita, kuten myyjäisissä ja kirpputoreissa. Välillisissä tavoitteissa itse tapahtumasta ei pyritä saamaan välitöntä tulosta, vaan ne ovat enemminkin pitkän aikavälin hankkeita, joiden vaikutus voi näkyä vasta vuosienkin päästä. (Kauhanen ym. 2002, 45-46.)

Tapahtuman sisältö tulee rakentaa tavoitellun kohderyhmän mukaisesti. Sisällöltään tapahtuman tulee olla mielenkiintoinen ja kutsuva, ei liian yksinkertainen, mutta ei myöskään liian hankala. Tapahtuman teeman tulisi olla tapahtuman järjestäjän imagon ja luonteen mukainen ja tavoitellun kohderyhmän tuntemus on myös eduksi. Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman sisältöä ja sen toteuttamista pohdittiin usean eri tavoitteen näkökulmasta. Tapahtuman ilmeen tuli olla Mäntsälän kunnan luonteen mukainen ja perinteitä pyrittiin kunnioittaa tapahtumaa suunniteltaessa. Tapahtuman tavoitteena oli saada näkyvyyttä Mäntsälän kunnalle sekä tapahtumaan osallistuville yrityksille. Tavoitteena oli myös, että yritykset jalkautuisivat kuntalaisten pariin, saisivat lisämyyntiä ja tavoittaisivat potentiaalisia asiakkaita. Tapahtuman esiintyjät ja muu toiminta pyrittiin suunnittelemaan niin, että paikalle saapuva yleisö viihtyisi mahdollisimman hyvin ja että se sopisi kaikenikäisille. Tavoitteena oli myös kasvattaa yleisömäärää edellisvuosiin verrattuna. Tapahtuman järjestämisestä syntyneitä kustannuksia pyrittiin minimoimaan myyntikokujuista, onnenpyörästä sekä Mäntsälän kunnan lahjoittamista opetustauluista saaduilla tuotoilla. (Vallo & Häyrinen 2014, 213.)

Tapahtuman suunnittelu alkoi siitä, että Laurea työryhmä mietti tapahtumalle pääesiintyjää, jonka ympärille koko muu tapahtuma rakennettaisiin. Pääesiintyjästä sovittiin ensimmäisessä tapaamisessa johtoryhmän jäsenten kanssa. Johtoryhmän sekä Laurea työryhmän jäsenet olivat tietämättään pohtineet samaa pääesiintyjää, Suomen Huutokauppakeisari Aki Palsanmäkeä. Valintaa perusteltiin sillä, että esiintyjän tyyli ja imago sopi työryhmän mielestä Mäntsälän kunnalle ja näin ollen palvelisi myös tavoiteltua kohderyhmää. Tapahtumassa järjestettäisiin huutokauppa, josta saadut tuotot lahjoitettaisiin hyväntekeväisyyteen. Tapahtumapäivän pituutta päätettiin myös lyhentää ja muut esiintyjät sekä päivän ohjelma jaettiin niin, että koko päivälle riittäisi nähtävää ja tekemistä. Tapahtumaan hankitut muut esiintyjät ja muu tekeminen suunniteltiin niin, että ne palvelisivat mahdollisimman laajaa yleisöä.

Kun pääesiintyjä oli päätetty, otettiin häneen yhteyttä välittömästi tapaamisen jälkeen. Suuresta kysynnästä johtuen Huutokaupat Palsanmäki (Suomen Huutokauppakeisari) oli varattu lähes joka viikonloppu juuri kyseisenä ajankohtana, jolloin Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuma oli suunniteltu järjestettäväksi. Huutokaupat Palsanmäki -verkkosivuilla olevasta tapahtumakalenterista selvisi, että 21.5.2017 heillä ei ole muuta tapahtumaa ja näin tapahtumapäiväksi valittiin kyseinen sunnuntaipäivä. Pääesiintyjän kanssa sovittiin esiintymispäivä ja samalla kerrottiin hieman tapahtuman luonteesta. Huutokaupat Palsanmäeltä pyydettiin ohjeistusta siihen, mitä tapahtuman järjestäjän tulee tehdä ennen tapahtumapäivää esiintymisen läpivieniksi. Heiltä saatujen tietojen mukaan esiintyminen kestäisi noin kaksi tuntia ja kahdessa tunnissa kerettäisiin myymään noin sata tuotetta. Myytäväksi hankittavat tuotteet tapahtuman järjestäjän tulee hankkia itse. (Huutokaupat Palsanmäki 2016.)

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki, joka tekee kaikesta suunnittelusta totta. Kaikkien tapahtumassa mukana olevien on ymmärrettävä oma roolinsa ja tapahtuman onnistuminen riippuu siitä, että eri tahot työskentelevät saumattomasti. Tapahtuman toteutus voidaan erotella kolmeen eri vaiheeseen, rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Rakennusvaihe on usein se vaihe, joka vie eniten aikaa. Mäntsälän Kesän Avajaisissa tapahtuma-alue rakennettiin tapahtumaa edeltävänä päivänä Laurea työryhmän sekä johtoryhmän jäsenien yhteisvoimin. Näytteilleasettajien paikat merkittiin alueelle valmiiksi, huutokaupattavat tavarat tuotiin esille ja kaikki mahdollinen, joka vain kyettiin tehdä, tehtiin tapahtumaa edeltävänä päivänä valmiiksi. Kun tapahtuma alkaa, ei enää ole paljon tehtävissä, vaan tapahtuma soljuu eteenpäin kuin itsestään. Vaikka pieniä vastoinkäymisiä tulisikin vastaan, tulee niihin reagoida aktiivisesti, mutta maltilla. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-169.)

Tapahtumapäivänä järjestettiin huutokauppa, jonka tuotto lahjoitettiin Mäntsälän Nuorten kummit- sekä Mäntsälän ja Pornaisten Muisti ry:n kesken heti huutokaupan jälkeen. Huutokaupattavana oleva tontti myytiin huutokaupan viimeisenä huutona. Tapahtuman aikana tapahtumaan osallistuneita yrityksiä sekä yhdistyksiä haastateltiin juontajan toimesta. Mäntsälän kunnanjohtaja, Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n toimitusjohtaja, Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n puheenjohtaja sekä Mäntsälän Yrittäjät ry:n puheenjohtaja pitivät puheita esiintymislavalla.

Tapahtuman muu ohjelma suunniteltiin siten, että ne eivät menneet päällekkäin huutokaupan kanssa. Koko tapahtuman läpi järjestettiin kuitenkin tapahtumaan osallistuneille pienimmille tekemistä muun muassa VPK:n voimin, jotka osallistuivat tapahtumaan paloauton kanssa. Tarjolla oli myös pomppulinna, Jää-Tiikereiden järjestämä lätkätutka sekä Riihenmäen Yrittäjäluokan järjestämä lapsinurkkaus Seurojentalon sisätiloissa. Mäntsälän Seurojentalolla järjestettiin kahvilatoimintaa sekä myytiin Mäntsälän kunnan lahjoittamia opetustauluja. Seurojentalon sisällä pidettiin huutokaupattavien tuotteiden esittely ja lisäksi Seurojentalolla sijaitseva tapahtuman asiakas-WC: t. Tapahtuman järjestäjät päättivät, että tapahtumapäivän ruokamyynnit

sekä onnenpyöräarpajaiset järjestettäisiin niin, että niistä saataisiin tuottoja kattamaan tapahtuman järjestämisestä syntyneitä kustannuksia.

Tapahtumapäivänä henkilöstö pukeutui huomioliiveihin, jotka erikseen tilattiin tapahtumaa varten. Aluksi suunniteltiin t-paidat, mutta sääolosuhteista johtuen t-paidat vaihdettiin huomioliiveihin. Huomioliivit ovat käytännöllisempiä, sillä niitä voisi käyttää myös takin kanssa. Liivit suunniteltiin Mäntsälän graafisten ohjeiden mukaisesti ja liiveistä pyydettiin useampi tarjous eri yrityksiltä. Liivien käytöllä pyrittiin herättämään yleisön huomioita ja liiveistä tunnisti tapahtuman henkilöstön. Alla olevasta kuvasta (kuva 2) on nähtävissä liivien mukainen ilme.



Kuva 2. Henkilöstön huomioliivien ilme. Huomioliivit suunniteltiin kuvassa olevan t-paidan mukaisesti (Placeres 2017)

3.5 Yhteistyökumppanit

Kun yleisötapahtumaa ollaan suunnittelemassa ja järjestämässä, kannattaa jo varhaisessa vaiheessa miettiä mahdollisia yhteistyökumppaneita. Yhteistyökumppaneita voivat olla esimerkiksi tapahtumapaikan omistaja, alihankkijat, tavarantoimittajat, rahoittajat ja sponsorit.

Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaa varten tulikin muun muassa miettiä kuinka saadaan sähkövirtaa tapahtuma-alueelle, onko alueella tarpeeksi parkkipaikkoja, kuinka turvallisuusasiat järjestetään ja mistä hankitaan esiintymislava. Yhteistyökumppaneiden valintaan vaikutti lisäksi tapahtumaan myönnetty budjetti. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 10.)

Tapahtuman muut esiintyjät valittiin kustannustehokkaasti ja tarkoituksena oli hyödyntää paikallisia tahoja, kuten Mäntsälän Harmonikkoja, jotka esiintyivät tapahtumapäivänä useampaan otteeseen. Esiintymiskerroista ja mahdollisista vaatimuksista sovittiin erikseen sähköpostitse. Tämän lisäksi Mäntsälän voimistelijat esiintyivät tapahtumassa ja Mäntsälän Jää-Tiikerit pitivät lätkätutkaa. Lapsia varten KivaPiha Tuotteet Oy:ltä hankittiin pientä korvausta vastaan pompulinna sekä lisäksi heiltä saatiin tapahtumaa varten koristeita. Alueella esiintyi liikkuva taikuri, joka viihdytti tapahtumaan osallistuneita lapsia ja lapsiperheitä. Seurojentalon sisätiloihin

oli tarkoituksena järjestää kahvilatoimintaa ja kahvilan vetäjiksi suunniteltiin Mäntsälän Riihenmäen Yrittäjäluokan oppilaita. Riihenmäen Yrittäjäluokalle tehtiin tarjous kahvilatoiminnan järjestämisestä, mutta paikalle saapuvaksi odotetun suuren yleisömäärän ja siitä koituvan suuren työmäärän vuoksi Yrittäjäluokalla ei riittänyt resurssit kahvilatoiminnan hoitamiseen. Sen sijaan Riihenmäen Yrittäjäluokan oppilaat järjestivät puuhanurkkauksen Seurojentalolla sille varatussa tilassa.

Kahvilatoiminnasta vastasi kokonaisuudessaan Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n puheenjohtaja Tuija Kivioja yhdessä työryhmineen. Kahvilan tuotoista sovittiin tietty prosenttiosuus tapahtuman järjestäjille kahvilatilan vuokrausta vastaan. Mäntsälän kunnan lahjoittamat opetustaulut myytiin Seurojentalon kahvilan kautta, jolloin käytössä oli myös korttimaksupääte. Sälinkään Kartanoseura ry piti lettujenmyyntikojuja ja heidän kanssaan sovittiin tietty osuus myyntituotoista tapahtuman järjestäjille. Mäntsälän Yrittäjät ry järjesti talkoovoimin makkaranmyyntiä, jonka tuotot käytettiin myös tapahtumasta syntyneiden kulujen kattamiseksi. Yrittäjä Tanja Kaipiainen toimi yhteyshenkilönä huutokauppaan tarjottavien tuotteiden osalta ja huutokaupattavat tavarat varastoitettiin Sisustusorvokin tiloissa Mäntsälässä.

Tapahtuma-alueen välittömässä läheisyydessä ei ollut riittävästi parkkipaikkoja ja tätä varten tuli selvittää, minne tapahtumaan osallistuva yleisö sekä näytteilleasettajat voivat viedä autonsa turvallisesti parkkiin. Näytteilleasettajille tiedotettiin parkkipaikoista erikseen tapahtuman ilmoituksessa (liite 9). Lisäksi Aimo Kiikkilän (Kiikkilä-Yhtiöt) kanssa sovittiin siitä, että tapahtuman aikana keskustan alueella parkissa olevia autoja ei sakotettaisi lainkaan tapahtumapäivänä.

Ennen tapahtumaa tulee selvittää, että tapahtumapaikalle on saatavilla tarpeeksi sähkövirtaa. Mikäli teknisiä ongelmia tulee, on sovittava etukäteen, kuka ryhtyy selvittämään ongelmat. Nivos Oy järjesti sähköt alueelle sekä kaikki vaadittavat tarvikkeet sähkönsyöttöjä varten. (Vallo & Häyrinen 2014, 176.)

Esiintymislavana toimi rekan perävaunu, jonka alueelle toimitti Eero Mikkola Oy. Esiintymislava toimitettiin tapahtumapäivänä sille merkitylle paikalle. Laurea-ammattikorkeakoulu Tikkurilan lehtori sekä neljä opiskelijaa muodostivat ensiapuryhmän ja järjestyksenvalvonnasta sekä ajo-ohjauksesta vastasi Sulkavan Sisu ry. Laurean opiskelijajärjestö LaureAmko antoi lainaksi ensiapuryhmälle teltan sekä onnenpyöräarvontaa varten onnenpyörän. Tokmanni Group Oyj lahjoitti 10 erilaista lahjakassia onnenpyöräarvontaan ja lahjakassit sisälsivät leluja, elektroniikkaa sekä muita rahanarvoisia ja houkuttelevia tuotteita.

Tapahtuman juontajaksi valittiin edellisinä vuosinakin Kesän Avajaiset tapahtumassa erinomaisesti juontotehtävissä toimineen Tiia Lillen. Tiia Lillen kanssa sovittiin sähköpostitse palkkioista sekä muista käytännön asioista. Mediasidosryhmänä projektissa toimi Mäntsälän Uutiset ja yhteyshenkilönä toimittaja Pasi Huuhtanen. Laurea-ammattikorkeakoulu Tikkurilasta hankittiin erillisenä sivuprojektina kaksi opiskelijaa, jotka loivat tapahtumaa varten kotisivut. Kotisivuja hallinnoi Mäntsälän Yrityskehitys Oy ja kotisivuja voidaan tulevaisuudessa hyödyntää Kesän Avajaiset tapahtumia varten. Äänentoistosta ja äänentoistolaitteiden toimivuudesta vastasi (äänimies.fi) Marko Jantunen. Yhteistyö oli sujuvaa ja koko toiminta oli ammattimaista sekä hyvin joustavaa. Kun tapahtuman ohjelman runko oli selvillä, tapahtumaan osallistuvat yritykset olivat selvillä ja esiintyjät sekä yhteistyökumppanit hankittu, tehtiin tapahtumapäivästä tarkempi aikataulu ja käsiohjelma.

3.6 Tapahtuman luvat ja ilmoitukset

Tapahtumia järjestettäessä erilaiset luvat tulee ottaa huomioon, kuten tiensulkemislupa, anniskelulupa, arpajaislupa tai maanomistajan lupa. Lupa-asiat ovat erittäin monimuotoisia ja aikaa vieviä prosesseja. Tapahtuman järjestäjän on syytä olla tarkka siitä, että kaikki tarvittavat luvat on hankittu ennen tilaisuutta. Viranomaiset osaavat antaa neuvoja tapahtuman järjestäjälle ja ohjeistaa oikeaan paikkaan lupa-asioita selvittäessä. Lupa-asioita laatiessa kannattaa tehdä mahdollisimman tarkat ja yksityiskohtaiset kirjalliset suunnitelmat, jotta viranomainen saa riittävän selkeän kuvauksen tapahtumasta ja joka näin ollen edesauttaa nopean päätöksen saamista. Lupahakemuksiin kannattaakin varata aikaa ja lupahakuprosessit kannattaa aloittaa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. (Vallo & Häyrinen 2014, 153; Kauhanen ym. 2002, 86.)

Yleisötapahtumaa järjestettäessä poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä on tehtävä vähintään viisi päivää ennen tilaisuuden alkamista, mutta ilmoitus kannattaa tehdä hyvissä ajoin, sillä poliisi voi vaatia muutoksia tai tarkennuksia tapahtuman luonteesta. Ulkoilmatapahtumiin tarvitaan myös maanomistajan lupa. Mikäli tapahtumassa käytetään musiikkia, tulee tapahtuman järjestäjän hankkia Teoston tai Gramexin tapahtumalupa. Tapahtumassa taustamusiikin tai elävän musiikin käytöstä täytyy maksaa tekijänoikeusmaksuja. Kaikki tapahtumaan liittyvät luvat on hyvä pitää mukana tapahtumassa. Mikäli tapahtuman aikana joudutaan selvittämään lupiin liittyviä kysymyksiä viranomaisten kanssa, on huomattavasti parempi, että luvat ovat heti saatavilla. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2018, 13; Vallo & Häyrinen 2014, 153; Kauhanen ym. 2002, 91.)

Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaa varten piti hankkia erilaisia lupia sekä tehdä poliisille ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä. Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä tehtiin Itä-Uudenmaan poliisille sähköisen asioinnin palvelun kautta ja ilmoitus on maksullinen. Ilmoitus

yleisötilaisuuden järjestämisestä vaatii tarkat selvitykset koko tapahtuman sisällöstä. Kun ilmoitus oli tarkkaan laadittu sisältäen kaiken mahdollisen informaation, lähetettiin liitetiedostona vielä erikseen vaadittavat selvitykset ja suunnitelmat. Liitteet, jotka poliisille toimitettiin, olivat ilmoitus järjestyksenvalvonnasta sisältäen järjestyksenvalvontakorttien numerot, turvallisuus- ja pelastussuunnitelma, järjestyksenvalvonta- ja liikenteenohjaussuunnitelma, Seurojentalon pelastussuunnitelma sekä lista vastuuhenkilöistä. Ilmoitus laadittiin tarkkaan ja huolellisesti, eikä lisäselvityksiä vaadittu.

Yleisötilaisuuden järjestämisestä vaaditun ilmoituksen lisäksi tapahtumaa varten anottiin Mäntsälän kunnalta käyttölupa teiden sulkemista varten. Lupahakemus tehtiin sähköisen asiointipalvelu kautta. Hakemuksessa vaadittiin kuvaus tapahtuman hankkeesta ja alueen käyttötarkoituksesta. Hakemusta varten toimitettiin liitteenä järjestyksenvalvonta- ja liikenteenohjaussuunnitelma sekä turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. Suunnitelmat sisälsivät alueesta kartan, johon oli merkitty järjestyksenvalvonta, ajo-ohjaus sekä koko tapahtuma-alue kokonaisuudessaan (liite 6.).

Muita hakemuksia ja ilmoituksia olivat Keski-Uudenmaan Ympäristökeskukselle tehty ilmoitus liikkuvasta elintarvikemyynnistä. Mikäli tapahtumaan osallistuu elintarvikemyyjiä, jotka toimivat omalla y-tunnuksellaan eivätkä ole rekisteröityneet Keski-Uudenmaan ympäristökeskukseen, olisi heidän tullut tehdä vastaava tiedotus tilapäisestä myynnistä (Asikainen 2017.). Gramex ry:n lupa oli Mäntsälän kunnalla valmiina ja tapahtuman järjestäjänä toimi myös Mäntsälän kunta, joten hakemusta ei tarvinnut erikseen tehdä. Tavara-arpajaisten järjestäminen on luvanvaraista ja lupahakemus arpajaisia varten tehtiin sähköisen palvelun kautta Poliisihallitukselle. Lisäksi yleisötilaisuudesta tehtiin ilmoitus Keski-Uudenmaan pelastuslaitokselle ja laaditut pelastus- ja ensiapusuunnitelma toimitettiin heille. Pelastuslain mukaan yleisötapahtuman järjestäjän on huolehdittava siitä, että tilaisuus järjestetään turvallisesti eikä siitä aiheudu vaaraa ihmisille, ympäristölle tai omaisuudelle. (Keski-Uudenmaan pelastuslaitos 2018.)

Kun kaikki lupa-anomukset ja vaadittavat ilmoitukset oli saatu hyväksytyinä takaisin, tulostettiin luvat tapahtumapäiväksi mukaan, mikäli joku viranomainen vaatisi ne nähtäväksi. Tämän lisäksi pelastussuunnitelman tuli olla tapahtumapäivänä kaikkien nähtävillä näkyvällä paikalla. Tapahtumapäivänä koko tapahtuman henkilöstön tuli myös olla perillä, mistä kunkin tahon tavoittaa hätä- tai ongelmatilanteissa. Tätä varten laadittiin lista, josta selvisi kaikkien vastuuhenkilöiden, ensiapuryhmän, järjestyksenvalvojien sekä ajo-ohjaajien yhteystiedot.

Turvallisuusasioita varten järjestäjällä tulee olla turvallisuutta säätelevät kokoontumis- ja järjestyksenvalvonta pykälät hallussa. Turvallisuus rakentuu useiden eri asioiden kokonaisuudesta ja näistä asioista ei tapahtumaa järjestettäessä saa tinkiä. Järjestäjän tulee kuitenkin etukäteen miettiä riskit, kuten sairastapaukset, tulipalot, sähköhäiriöt ja turvallisuusongelmat. Tapahtuman

järjestäjällä on vastuu yleisön, esiintyjien ja kaikkien muiden paikallaolijoiden turvallisuudesta ja tämän vuoksi turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat tulee laatia vaaditulla tavalla. (Muhonen & Heikkinen 2003, 123; Harju 2003, 23; Korhonen ym. 2015, 18.)

3.7 Tapahtuman markkinointi ja viestintä

Yksi keskeisimmistä asioista yleisötapahtuman onnistumisen kannalta on markkinointi. Markkinoinnin tavoitteena on saada tapahtuma mahdollisimman laajan yleisön tietoisuuteen. Jos yleisöä ei tavoiteta ja sitä ei saada paikalle tapahtumaan, on tapahtuma yhtä kuin epäonnistunut. Mikäli yleisöä ei tavoiteta, ei todennäköisesti tulla saavuttamaan tapahtumalle asetettuja tavoitteita. Kun yleisötapahtumaa ollaan järjestämässä, tulee jonkun tapahtumaa järjestävässä organisaatiossa ottaa vastuualueeseen markkinointi ja tiedottaminen. Mikäli omasta organisaatiosta ei löydy kyseistä osaamista voidaan harkita käytettäväksi ulkopuolista apua. Tulee kuitenkin muistaa, että ulkopuolisen toteuttajan kautta, kuten mainostoimiston kautta tuotetut mainokset ja niiden suunnittelu voivat tulla erittäin kalliiksi. (Kauhanen ym. 2002, 84-113; Bowdin, Allen, O'toole, Harris & McDonnell 2011, 428.)

Nykyään käytössä on huomattava määrä eri viestinnän väyliä ja tapahtuman markkinoijien tulee tunnistaa eri viestinnän väylien vahvuudet ja heikkoudet. Erilaisia markkinoinninkanavia ovat muun muassa radio, sanomalehdet, internet (sosiaalinen media) ja ulkomainonta. Tapahtuman markkinoinnin kannalta tulee huomioida kohderyhmä, tapahtuman luonne ja imago, myyntikanavat sekä ajankohta. Tapahtuma pitäisi osata markkinoida tavoitellulle kohderyhmälle oikealla tavalla ja oikeita markkinoinnin väyliä käyttäen. (Bowdin ym. 2011, 428; Kauhanen ym. 2002, 113-115.)

Tapahtuman markkinointiviestinnän tulee olla yhtenäistä ja johdonmukaista. Markkinointi ja tiedottaminen ei kohdistu ainoastaan tavoiteltuun tapahtuman yleisöön, vaan kaikkiin keskeisiin sidosryhmiin. Tapahtuman järjestäjän näkökulmasta keskeisiä sidosryhmiä ovat oma taustayhteisö, palvelun tuottajat, kunta, sponsorit, viranomaiset, vuokranantaja, artistit ja joukkotiedotusvälineet (lehdistö, tv, radio). Kaikkien sidosryhmien edustajien tulisi koko ajan olla tietoisia siitä, missä mennään ja mitä seuraavaksi tapahtuu. (Kauhanen ym. 2002, 113-115.)

3.7.1 Yrityksille

Ilman tapahtumaan osallistuvia yrityksiä Mäntsälän Kesän Avajaiset -tapahtuma ei olisi kannattava. Tapahtuman ideana ja tavoitteena on nimenomaan saada mahdollisimman monet yritykset kiinnostumaan ja osallistumaan tapahtumaan. Ilman yrityksiä koko tapahtumalta häviäisi pohja. Jotta tavoitettaisiin mahdollisimman laajalti eri yritykset, täytyykin pohtia millä keinoin ja mitä kautta heidät tavoitettaisiin parhaiten. Tavoitteena oli saada suurempi määrä yrityksiä osallistumaan Mäntsälän Kesän Avajaisiin, kuin aikaisempina vuosina ja tässä myös onnistuttiin.

Ensimmäistä kertaa Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumassa yrityksille olevat esittelypaikat olivat maksullisia. Paikkojen hinnoittelu oli jaettu kolmeen eri kategoriaan; pelkkä paikka, paikka pienellä pöydällä tai paikka isolla pöydällä. Hinnoittelu oli hyvin kohtuullinen ja maksullinen osallistuminen ei näyttänyt olevan kiinnostuksen esteenä. Myytävien paikkojen tuloista tapahtuman järjestäjä sai hieman tuottoa tapahtuman järjestämisestä koituvien kulujen kattamiseksi. Lainattavissa olleet pöydät ja esittelypaikat myytiin hyvin nopeasti loppuun ja suuresta kiinnostuksesta tapahtumaa kohtaan, jouduttiin tapahtuma-aluetta myös laajentamaan. Lainattavissa olleet pöydät saatiin käyttöön Mäntsälän Seurojentalolta.

Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman markkinointia ja sen toteutusta yrityksille pohdittiin aluksi hyvin pitkään. Työryhmä tutki edellisvuosien toteutuksia ja aikaisempina vuosina yrityksiä oli kontaktoitu pääosin sähköpostitse ja puhelimitse. Aikaisempien vuosien kontaktoiduista yrityksistä löydettiin yrityslistaus, joille työryhmä lähetti tiedotteen sähköpostitse. Tiedotteessa kerrottiin tapahtumasta, koska se järjestetään ja kuinka siihen voi osallistua. Tämä keino todettiin kuitenkin heti alkuun hyvin epäkäytännölliseksi, sillä ilmoittautuneiden yritysten kontaktointi ja hallinta koettiin erittäin hankalaksi. Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n toimitusjohtaja Harri Kari ehdotti, että lähetetään tiedote tapahtumasta yrityksille Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n ylläpitämän yritysrekisterin kautta kaikille yhdellä kertaa ja tämä tuottikin välittömästi tulosta.

Yrityksille laadittu sähköpostitiedote sisälsi kaiken mahdollisen informaation, joka kyseisellä hetkellä oli tiedossa (liite 3). Tiedotteessa kerrottiin, että tapahtuman vetonaulana on koko Suomen tuntema Huutokauppakeisari Aki Palsanmäki ja että tapahtumaan odotetaan saapuvan runsaasti yleisöä. Yrityksiä kehoitettiin toimimaan nopeasti, sillä esittelypaikkoja oli rajoitettu määrä. Sähköpostitiedote sisälsi linkin varauslomakkeeseen (liite 4), jonka täyttämällä ja palauttamalla yritys voisi osallistua tapahtumaan. Sähköpostitiedotteen lähetettyä ilmoittautumislomakkeita alkoi välittömästi tulemaan valtava määrä ja pian kaikki paikat olivatkin varattu. Myös lainattavissa olleet pöydät menivät lähes heti. Kun kaikki paikat olivat varattu, myyntitiimin jäsenet muokkasivat ilmoittautumislomakkeeseen tekstin, että kaikki paikat ovat tällä hetkellä varattu, mutta halutessaan voi vielä ilmoittautua jonoon (liite 4). Mikäli paikkoja vapautuu, jonoissa olleet yritykset kontaktoitiin ilmoittautumisjärjestyksessä. Paikat ja paikkatoiveet täytettiin ilmoittautumisjärjestyksessä ja tämä oli myös mainittu ilmoittautumislomakkeessa.

Paikkavarauksia varten luotiin Excel-taulukko projektiryhmän luomaan yhteiseen Google Drive -kansioon. Myyntitiimin jäsenet kirjasivat Excel-taulukkoon kaikki yritykset paikkanumeron mukaisessa järjestyksessä. Excel-listauksesta löytyi yrityksen yhteyshenkilön tiedot sekä laskutus-tiedot. Yrityslistausta oli helppo hallinnoida ja mikäli jokin yritys perui varauksensa, voitiin välittömästi kontaktoida jonoissa olleita yrityksiä peruneen yrityksen tilalle. Yrityksiä ei tarvinn-

nut yhden sähköpostitiedotteen jälkeen enää tavoitella, vaan nyt projektiryhmän tulikin miettiä, kuinka saadaan lisää esittelypaikkoja alueelta. Tapaamisessa yhdessä johtoryhmän kanssa sovittiin, että aluetta laajennetaan, jotta saataisiin jonossakin olleet yritykset mukaan. Lisätyt esittelypaikat olivat hieman sivussa Seurojentalolta katsottuna ja esiintymislavaa nähden, mutta tavoitteena oli kuitenkin saada kaikki halukkaat mukaan ja tässä myös onnistuttiin.

Yrityksiä pyrittiin tiedottamaan projektin edetessä aina sitä mukaan, kun suunnitelmat eteni. Tiedotteissa ja mainoksissa muistuteltiin myös siitä, että huutokauppaa varten tarvitaan tavaralahjoituksia (liite 5). Tapahtumaan osallistuneita yrityksiä kannustettiin myös tykkäämään tapahtuman Facebook-sivuista. Kun kaikki esiintyjät ja tapahtuman muu sisältö oli tiedossa, laadittiin tapahtuman ohjelmasta tarkempi ohjelma ja aikataulu. Tapahtumaan osallistuneille yrityksille laadittiin tietopaketti (liite 9) tapahtumapäivästä, jossa kerrottiin muun muassa monelta tapahtuma-alueelle voi saapua, monelta alueelta saa poistua, minne auton voi parkkeerata ja muista käytännön asioista. Yrityksien esittelypaikoista ja sijainnista tehtiin lisäksi paikanumeroitu kartta (liite 7).

3.7.2 Yleisölle

Mikäli tapahtuman markkinointia ei hoideta kunnolla tai siinä epäonnistutaan, tavoiteltua kohdeyleisö ei saada saapuvaksi paikalle ja näin ollen tapahtuma menettää merkityksensä. Kohderyhmän tuntemus on eduksi ja mikäli tiedetään keinot, jolla kohderyhmä tavoitetaan, ollaan jo vahvoilla. Tavoitteena oli herättää paikallisten ja kehyskuntien alueilla asuvien kuntalaisten kiinnostus.

Mäntsälän Kesän Avajaiset -tapahtuman markkinointi oli pääosin markkinointitiimin vastuulla, mutta projektipäällikkö pyrki auttamaan aina parhaansa mukaan. Tapahtuman markkinointia varten laadittiin yhtenäinen ilme, jota käytettiin muun muassa Facebook-sivuilla sekä jaettavissa mainoksissa. Mainosten värimaailma ja logojen käyttö oli Mäntsälän kunnan graafisen ohjeistuksen mukainen. Huutokaupat Palsanmäeltä pyydettiin heidän virallinen markkinointikuva, jota myös hyödynnettiin aktiivisesti tapahtuman markkinoinnissa.

Markkinoinnista vastaavat henkilöt tulisi ohjeistaa erittäin tarkkaa. Hyvissä ajoin tehty markkinointisuunnitelma sekä graafinen ohjeistus tehostaisivat markkinointia ja näin välttyttäisiin mahdollisilta virheiltä. Vastaavanlaisia tapahtumia suunniteltaessa markkinointi olisi suositeltavaa tehdä omana sivuprojektina. Markkinoinnista vastaavat henkilöt tulisi valita niin, että heillä on tarvittava osaaminen ja aito kiinnostus markkinointia kohtaan. Opiskeluprojekteissa markkinoinnista vastaavien henkilöiden apuna tulisi myös olla taustajoukkoja, mikäli vaadittavaa osaamista ei löydy. Projekteissa olisi tärkeä sopia heti projektin alussa, tuleeko markkinointimateriaali hyväksyttäväksi ennen julkaisua esimerkiksi projektipäälliköllä tai toimeksiantajalla.

Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumasta luotiin jo olemassa oleville Facebook-sivuille erillinen Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 -tapahtuma. Tapahtumaa linkitettiin Mäntsälän eri Facebook -ryhmille ja tykkäysten määrää pyrittiin kasvattamaan. Tykkääminen ja seuraaminen osoittaa mielenkiintoa, joka voi myös kertoa aidosta sitoutumisesta tapahtumaa kohtaan. Alun perin tarkoituksena oli luoda täysin uudet Facebook-sivut tapahtumaa varten, mutta valmiista tykkääjistä ja seuraajista johtuen projektiryhmä muokkasi vanhoja sivuja sekä perusti Facebook-tapahtuman Mäntsälän Kesän Avajaisista. Sosiaalisen median käyttö vaatii läsnäoloa ja läsnäololla tarkoitetaan sitä, että sosiaalisen median toimenpiteet vaativat jatkuvaa työtä ja resursseja. Sosiaalisen median käyttö ilman aktiivista otetta ja strategiaa ei kannata. (Siniaalto 2014, 12-20.)

Facebook-sivut tavoittivat suuren määrän yleisöä ja sivuja hyödynnettiin suurimmaksi osaksi tapahtuman markkinoinnissa. Facebookin kohdennettua markkinointia kokeiltiin viisi päivää, jolla tavoitettiin noin 2650 henkilöä. Facebook-päivityksissä kerrottiin esiintyjistä ja yrityksistä, jotka olivat mukana tapahtumassa. Huutokaupattavista tuotteista laitettiin kuvia sivuille aina sitä mukaan, kun uusia tavaralahjoituksia saatiin. Lisäksi tapahtumaa markkinoitiin Mäntsälän kunnan sekä Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n kotisivuilla.

Tapahtumaa markkinoitiin myös Mäntsälän Uutisissa (Etelä-Suomen Media Oy) ostamalla mainostilaa. Mäntsälän Uutisilla on 13 000 lukijaa ja jakelu yltää Mäntsälään, Pukkilaan sekä lisäjakeluna Pornaisiin. Mainospaketista tehtiin tarjouspyyntö, jonka perusteella jakelupäivät sekä palstatilat valittiin. Lisäksi johtoryhmän ja projektiryhmän kanssa pidettäviin kokouksiin kutsuttiin Mäntsälän Uutisten toimittaja Pasi Huuhtanen. Pasi Huuhtasen avulla tapahtuma sai medianäkyvyyttä (liite 14) Mäntsälän Uutisissa useaan otteeseen. (Takala 2017.)

Mäntsälän Kesän Avajaisia varten päätettiin luoda kotisivut, joita voisi hyödyntää myös tulevaisuudessa. Sivuja hallinnoi Mäntsälän Yrityskehitys Oy. Kotisivun laatijoiksi perustettiin työryhmä Laurea-ammattikorkeakoulu Tikkurilan kahdesta liiketalousopiskelijasta. Heidän vastuullaan oli rakentaa kotisivut annettujen ohjeiden mukaisesti sekä ylläpitää ja päivittää sivuja tapahtuman edetessä. Kotisivuja varten etsittiin vapaana oleva verkkotunnus ja verkkotunnuksiksi valikoitui mantsalankesa.fi. Kotisivuista kerrottiin Facebook-sivuilla, jotta kotisivut löydettäisiin.

Tapahtumaa markkinoitiin lisäksi jalkautumalla Mäntsälän kaduille. Projektiryhmän jäsenet kävivät jakamassa mainoksia (liite 10) useamana päivänä Mäntsälän keskustassa sekä juna-asemalla. Jakelukohteet valittiin sillä perusteella, missä tiedettiin liikkuvan eniten väkeä. Mainoksia sijoiteltiin myös useisiin eri kohteisiin, kuten kauppojen ilmoitustauluille, juna-asemalle sekä Mäntsälän kunnantalolle. Laurea työryhmä jakoi alla näkyvää mainosta (kuva 3) Mäntsälän kaduilla useamana päivänä ennen tapahtumaa.



Kuva 3 Jaettava mainos (Placeres 2017).

Seurojentalon parkkialue suljettiin lippusiimalla tapahtumaa edeltävänä päivänä ja ennen alueen sulkemista alue laputettiin hyvissä ajoin tapahtuman tiedotteilla. Tiedotteessa kerrottiin tapahtumasta sekä kehoitettiin tyhjentämään parkkipaikka autoista tiettyyn ajankohtaan mennessä. Mikäli autoja olisi ollut tapahtumapäivänä alueella, olisi ne hinausautolla siirretty pois auton omistajan kustannuksella. Seurojentalon parkkipaikalla sijaitsee myös sähköautojen latauspiste, joka oli tapahtumapäivänä suljettu. Tästä laadittiin erikseen tiedote sähköauton käyttäjille verkkosivuille, jossa kerrotaan kaikki julkiset latauspisteet Suomessa.

3.8 Tapahtuman budjetointi

Toimeksiantaja myönsi Laurea työryhmälle 3000€ budjetin, mutta pääesiintyjästä johtuen budjettia jouduttiin heti alkuun nostamaan. Kyseessä oli hyväntekeväisyys tilaisuus ja tästä johtuen tapahtuman tarkoituksena ei ollut tehdä voittoa. Tavoitteena oli tulorahoituksella kattaa mahdollisimman paljon tapahtuman järjestämisestä syntyneitä kustannuksia.

Kulut ja tulot hoidettiin Laurea-ammattikorkeakoulun talouspalvelujen kautta ja kaikki hankinnat sekä projektista syntyneet kulut hyväksyttiin aina ensin toimeksiantajalla. Tapahtuman

jälkeen Laurea-ammattikorkeakoulu laskutti kaikki kulut ja tulot yhdessä erässä Mäntsälän Yrityskeskitys Oy:ltä. Projektille avattiin oma projektinumero Laurea-ammattikorkeakoulun kirjanpitoon, jotta laskujen tiliöinti kohdistui oikeaan projektiin.

Tapahtuman taloudellisen tilanteen pelasti Mäntsälän kunnan lahjoittamat opetustaulut, joiden tuotto ylitti kaikki odotukset. Tauluista saadut tuotot olivat merkittäviä lopputuloksen kannalta. Lisäksi talkoovoimin järjestetty tapahtuma, yhteistyö eri tahojen kanssa sekä kaikki lahjoitukset auttoivat osaltaan pitämään kustannukset maltillisina. Työryhmälle myönnetyn budjetin mukaisissa raameissa pysyttiin ja kulut jäivät jopa alle 3000€, kuten alla olevasta taulukosta (taulukko 1) selviää.

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 budjetti	
TULOT	
Esittelypaikat	985,00 €
Kahvio	174,89 €
Opetustaulut	2 174,35 €
Onnenpyörä	190,32 €
Makkaramyynti	330,70 €
Lettumyynti	81,58 €
Tulot yhteensä	3 936,84 €
MENOT	
Esiintyjät	3 750,00 €
Mainonta	540,00 €
Henkilöstö	1 831,35 €
Luvat	58,00 €
Muut kulut	343,33 €
Menot yhteensä	6 522,68 €
Tulos	-2 585,84 €

Taulukko 2. Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 budjetti (Placeres 2017).

3.9 Riskit ja niiden hallinta

Yleisötapahtumaa suunniteltaessa tulee ottaa huomioon myös riskit. Riskien kartoitus kuuluu osana projektisuunnitelmaa ja siinä vaiheessa onkin jo syytä käydä läpi mahdolliset riskit yleisötapahtumaa ajatellen. Riskien kartoittamiseen ja hallintaan voidaan käyttää eri työkaluja, kuten riskiruudukkoa, jossa pohditaan eri riskien toteutumisen todennäköisyyttä, kuinka riski vaikuttaa ja kuinka se voidaan torjua. (Kauhanen ym. 2002, 53.)

Mäntsälän Kesän Avajaiset -työryhmä laati projektisuunnitelman lisäksi riskit ja riskienhallinta -taulukon, jossa pyrittiin huomioimaan kaikki mahdolliset riskit, joita yleisötapautumaan voisi liittyä. Kun huomattava määrä eri riskejä oli listattu, pohdittiin keinoja ennaltaehkäisemään niitä. Tämän lisäksi laadittiin erillinen toimintasuunnitelma jokaisen riskin varalle. Riskejä voidaan pienentää ottamalla mahdollisimman laajasti huomioon riskit ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana tai tapahtuman jälkeen. Yleisötapautumaan liittyviä riskejä on paljon ja niitä voivat olla muun muassa ympäristöriskit, asiakasriskit, henkilöstöriskit sekä turvallisuusriskit. Riskien jaottelu onkin hyvä lähestymistapa pohtia eri riskejä, jotta voidaan havainnollistaa kaikki mahdolliset riskit ja niiden mahdollinen ajankohta. Riskeihin voidaan vaikuttaa ja huomattava osa riskeistä voidaan pienentää hyvällä suunnittelulla ja toteuttamisella. Alla olevassa taulukossa (taulukko 3) on esimerkki riskien jaottelusta asiaryhmittäin. (Kauhanen ym. 2002, 54-55.)

Esimerkki riskien jaottelusta asiaryhmittäin

- ympäristöriskit
- asiakasriskit
- sopimusriskit
- aikatauluriskit
- henkilöstö ja organisointiriskit
- taloudelliset riskit
- tekniikkariskit
- imagoriskit
- turvallisuusriskit

Taulukko 3. Esimerkki riskien jaottelusta asiaryhmittäin (Kauhanen ym. 2002, 54.)

3.10 Tapahtuman purku ja jälkitoimet

Itse tapahtuma tuntuu kestävän ja kestääkin vain hetken, vaikka sitä on suunniteltu kuukausia. Kun tapahtuma on ohi, alkaa purkuvaihe. Purkuvaihe on usein se vaihe, joka sujuu huomattavasti nopeammin ja tehokkaammin kuin rakennusvaihe. Tapahtuma-alueen purku hoidettiin Laurea työryhmän sekä johtoryhmän yhteisvoimin. Tapahtumaan osallistuneita yrityksiä oli informoitu oman esittelyalueen siistimisestä ja jättämisestä siihen kuntoon, kuin se oli ollutkin ennen saapumista. Työryhmä varmisti, että alue oli siisti ja kaikki paikat jätettiin siihen kuntoon, kuin ne oli alun perin ollut. Lopuksi pidettiin pikainen palaveri yhdessä johtoryhmän kanssa päivän kulusta. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-169.)

Tapahtuman jälkeen on jälkimarkkinoinnin aika. Jälkimarkkinointiin kuuluvat kiitokset kaikille asianosaisille, palautteen kerääminen ja sen työstäminen, yhteydenottopyyntöjen hoitaminen sekä yhteenveto tapahtumasta. Kiitoksen antaminen yleisölle, kaikille esiintyjille ja tapahtuman muulle henkilökunnalle on ensisijaisen tärkeää. Tapahtumat ovat prosesseja joista opitaan ja palautteen avulla voidaan kehittää toimintaa jatkoon suhteen. Tästä syystä onkin erittäin tärkeää saada tietää, kuinka osallistujat ovat tapahtuman kokeneet ja saavutettiin tavoitteet. (Vallo & Häyrinen 2014, 185-189.)

Mäntsälän Kesän Avajaisissa yleisöä haastateltiin tapahtumapäivän aikana ja heiltä kerättiin palautetta sekä yleisiä huomioita tapahtumasta. Tapahtuman jälkeisenä päivänä lähetettiin myös kyselylomake Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n ylläpitämän yritysrekisterin kautta yli 1500 yritykselle sekä kaikille tapahtumassa mukana olleille yrityksille. Palautteen kerääminen ja analysointi on tulevaisuutta ajatellen erittäin tärkeää, sillä palautteen avulla opitaan ja kehitetään toimintaa jatkossa.

Tapahtuman jälkeen kaikkia osallistujia kiitettiin Facebook -sivuilla ja sivuille lisättiin hieman fiiliskuvia tapahtumapäivästä. Työryhmä laati tapahtumasta kirjallisen yhteenvedon, jota voi jatkossa käyttää muistiona sekä oppaana vastaavanlaisissa tapahtumissa. Lisäksi yhteistyökumppaneita ja johtoryhmän jäseniä kiitettiin suuresta panoksesta ja avusta.

3.11 Projektipäällikön tehtävät

Tapahtuman projektipäälliköksi valittiin tämän opinnäytetyön tekijä ja tehtävänä oli seurata ja ohjata Laurea työryhmää niin, että tarvittavat toimenpiteet tuli tehtyä. Projektipäällikkö valittiin äänestämällä yksi työryhmän jäsenistä vetämään projektia. Projektipäällikön tulisi osata Lööwin mukaan (2002, 30.) innostaa projektiryhmän jäseniä ja tämän lisäksi hänen pitäisi osata johtaa, suunnitella ja luotsata projektia jatkuvasti eteenpäin. Projektipäällikön tulisi käyttää projektin resursseja parhaalla mahdollisella tavalla, jotta saavutetaan onnistunut tulos.

Projektipäällikkö on kokonaisvastuussa projektista, sen suunnittelusta, toteutuksesta ja lopputuloksesta (Kauhanen ym. 2002, 33). Tehtävänä on raportoida johtoryhmälle projektin eri vaiheista ja taloudesta etukäteen sovitulla tavalla. Tehtäviä ovat muun muassa laatia suunnitelmia yhdessä työryhmän kanssa, ohjata ryhmää, johtaa projektin toteuttamista ja valvoa työn etenemistä sekä huolehtia, että raportointi tulee hoidettua vaadittavalla tavalla. Projektipäällikön rooli on hyvin haastava, sillä hänellä on vastuu projektin toteutuksesta kokonaisuudessaan. Samalla projektipäällikön tulisi valvoa sekä motivoida ja kannustaa henkilöstöä. (Kauhanen ym. 2002, 33; Pelin 2011, 263.)

Projektipäälliköltä vaaditaan aktiivista otetta ja projektipäälliköllä on useita eri rooleja projektissa toimiessaan. Rooleja ovat muun muassa esimiehen rooli, asiantuntijan rooli, myyjän rooli, neuvottelijan rooli ja tiedottajan rooli. Edellä mainitut roolit kuvaavat hyvin Mäntsälän Kesän Avajaiset projektipäällikön toimenkuvia, sillä projektin edetessä oli sopeuduttava eri rooleihin projektin eri vaiheissa. (Pelin 2011, 264-265; Kauhanen ym. 2002, 33.)

Laurea työryhmän projektipäällikkö oli päävastuussa Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman suunnittelusta ja läpiviennistä. Projektin alussa Laurea työryhmän kanssa sovittiin yhteiset pelisäännöt. Ideana oli suunnitella ja viedä tapahtuma alusta loppuun yhdessä. Päätehtävänä oli kuitenkin valvoa projektin etenemistä, ohjeistaa työryhmän jäseniä tarvittaessa, tukea tiimejä ja raportoida johtoryhmää läpi koko projektin. Työryhmä jaettiin tiimeihin, jolloin projektipäällikön oli helpompi suunnitella työnjako tasapuolisemmin sekä jakaa vastuutehtäviä henkilöstölle. Projektin edetessä tiimien työn kuormittuminen vaihteli aina senhetkisen tilanteen mukaan. Lisäksi tehtävänä oli antaa tukea tiimille, joka oli eniten kuormittunut sekä mahdollisuuksien mukaan delegoida toisesta tiimistä henkilöstöä avuksi.

Projektipäällikkö osallistui aktiivisesti ja sitoutuneesti eri työvaiheisiin ja roolit vaihtelivat sitä mukaan, kun projekti eteni. Kuten Vallo & Häyrynen (2014, 228) mainitsee, projektipäällikön on oltava täysin sitoutunut tehtäväänsä, jotta kaikki asiat toteutuvat sovitusti ja projekti etenee halutulla tavalla. Projektipäällikkö piti huolen siitä, että työryhmän kanssa sovittiin säännöllisen usein tapaamisia. Projektin alussa palavereja järjestettiin viikottain ja kun projekti eteni, tapaamisia järjestettiin aina tarpeen vaatiessa. Loppuvaiheessa palavereja ei pidetty koko työryhmän voimin, vaan tiimeittäin aina tarvittaessa.

Projektipäällikkö loi työryhmälle yhteisen Google Drive Mäntsälän Kesän Avajaiset -kansion, jonne jokaisella työryhmän jäsenellä oli pääsy. Jokaiselle tiimille luodun oman kansion lisäksi lisättiin alakansioita eri aihealueittain. Tällä varmistettiin se, että kaikilla oli mahdollisuus nähdä kaikki materiaalit ja raportit, joita tapahtuman edetessä syntyi. Google Drive kansio oli erittäin toimiva työkalu läpi koko projektin. Sen avulla materiaalien hyödyntäminen oli helppoa ja raporteista saatava informaatio oli kaikkien näkyvillä. Tällä varmistettiin myös se, että kaikki työryhmän jäsenet tiesivät missä mennään projektin edetessä.

Projektipäällikön tehtävänä oli toimia kokouksen puheenjohtajana johtoryhmän kanssa olevissa kokouksissa. Ennen kokouksia tehtävänä oli laatia esityslista kokouksessa käytävistä asioista. Esityslista lähetettiin aina ennen tapaamista sähköpostitse johtoryhmälle sekä Laurea työryhmälle. Lisäksi projektipäällikön tehtävänä oli laatia esitykset tapaamisiin senhetkisestä tilanteesta. Jokaisessa tapaamisessa käsitellyt asiat kirjattiin ylös pöytäkirjaan. Pöytäkirjan avulla projektia oli helpompi suunnitella eteenpäin ja tehtäviä oli helppo delegoida myös niille, jotka eivät tapaamisen päässeet paikalle.

Mäntsälän Kesän Avajaiset projektissa projektipäällikön vastuulla oli hoitaa tapahtuman lupa-asiat kuntoon yhdessä Mäntsälän kunnan kulttuurisihteeri Tarja Kuuselan sekä Laurea työryhmän jäsenen kanssa. Lupa-asioiden hoitaminen on hyvin työlästä ja aikaa vievää. Lisäksi projektipäällikkö yhdessä Tarja Kuuselan sekä työryhmän jäsenen kanssa vastasivat järjestyksenvalvojien ja ajo-ohjaajien hankkimisesta tapahtumaan. Tehtäviin kuuluivat myös ensiapuryhmän sekä Riihenmäen Yrittäjäluokan rekrytointi tapahtumaan.

Tapahtumapäivänä projektipäällikön rooli oli pääosin delegoida ja ohjeistaa henkilöstöä. Projektipäällikkö ei voinut sitoutua mihinkään tiettyyn tehtävään, vaan tehtävänä oli toimia koordinaattorin roolissa. Tehtävänä oli varmistaa, että kaikki tietävät omat tehtävänsä, että pysyttiin aikataulussa ja että tapahtuma sujui tavoitteiden mukaisesti. Ennen tapahtuman alkua, projektipäällikkö järjesti turvallisuuskävelyn koko henkilöstölle. Turvallisuuskävelyn tarkoituksena oli käydä koko tapahtuma-alue läpi yhdessä ensiapuryhmän, järjestyksenvalvojien, ajo-ohjaajien ja muun henkilöstön kanssa. Turvallisuuskävelyssä havainnoidaan riskit ja vaaranpaikat sekä tutustutaan muun muassa alkusammutuskalustoon ja muihin turvallisuusasioihin.

Tapahtuman jälkeen projektipäällikkö kiitti johtoryhmän jäseniä, kaikkia yhteistyökumppaneita sekä Laurea työryhmää suuresta panoksesta. Projektista laadittiin yhteenvetoraportti, jossa käytiin projektin eri vaiheet alusta loppuun. Suuresta kiireestä johtuen loppupalaveria ei ikinä keretty järjestämään, mutta tämän opinnäytetyön tarkoituksena on toimia tarkempana yhteenvetona koko projektista ja tapahtuman järjestämisestä.

3.12 Johtamisen taito ja haasteet

Projektipäällikön ei kuulu toteuttaa koko projektia yksin, vaan työt jaetaan eri kokonaisuuksiin. Hyviin johtamisen taitoihin kuuluvat hyvä delegointikyky, motivointi, kokonaisuuksien hahmottaminen, vastuun ottaminen, stressinsietokyky, neuvottelu ja asiakassuhteiden hoito, määrätietoisuus ja ihmisten käsittelytaito. Hyvän johtamistaidon omaava osaa ratkoa pulmia, osaa kannustaa ja innostaa, osaa ilmaista itseään sekä ottaa muut huomioon, on yhteistyötaitoinen ja saa asiat sujumaan vaadittavalla tavalla. Hyvä johtaja tuntee itsensä, osaa arvioida itseään ja tunnistaa omat heikkoutensa sekä vahvuutensa. (Pelin 2011, 266-268; Vallo & Häyrynen 2014, 228.)

Hyvällä johtamisella on hyvin todennäköisesti vahva yhteys siihen, että projekti onnistuu ja menestyy, mutta valitettavan usein johtaminen voi olla myös puutteellista. Yleisimmät puutteet projektipäällikön toiminnassa ovat muun muassa delegointi taidon puuttuminen, heikko tiedottaminen ja valvonta. Mikäli projektipäällikkö ei osaa tai uskalla tehdä päätöksiä, ei hahmitse ajankäyttöä, eikä muista huomioida henkilöstöä, projekti sekä henkilöstö kärsii ja haluttuja tavoitteita ei välttämättä saavuteta. (Virtanen 2009, 76; Pelin 2011, 266.)

Mäntsälän Kesän Avajaisissa projektipäällikön johtamisen taidot olivat koetuksella, sillä aikaisempaa kokemusta projektipäällikkönä toimimisesta ei ollut. Työryhmä voi sisältää hyvin erilaisia persoonia ja tämä vaatii projektipäälliköltä ihmisten käsittelytaitoa. Tehtävien delegointi voi kuulostaa erittäin yksinkertaiselta asialta, mutta sitä se ei aina todellakaan ole. Se, kuinka tehtäviä delegoidaan eri persoonille, vaatii hyvää ihmistenlukutaitoa ja kärsivällisyyttä. Toiset voivat ottaa tehtävienannon hyvin helposti ja mielellään vastaan sekä mukautuvat eri toimintatapoihin erinomaisesti, kun taas toisille täytyy perustella kaikki asiat ja toimintatavat hyvin perusteellisesti.

Projektin alussa sovittiin Laurea työryhmän kanssa yhteisistä pelisäännöistä ja jokaisella jäsenellä oli mahdollisuus kertoa, mitä tehtäviä haluaisi pääosin tehdä projektissa. Toivomuksien perusteella luotiin tiimit. Projektin edetessä projektipäällikön haasteina olivat yhteisten aikataulujen sopiminen, tehtävien delegointi, erimielisyyksien sopiminen ja kokonaisuuksien hallinta. Projekti rakentuu useista eri asioista sekä vaiheista ja kaikkien lankojen yhteen sopiminen on erittäin haastavaa. Tätä varten luotiin tiimit, Google Drive -kansion sekä tehtävä- ja vastuunjakotaulukon, jonka avulla oli helpompi seurata asioiden edistymistä. Lisäksi järjestettiin tapaamisia lähes viikottain, jotta kaikki pysyivät ajan tasalla projektin etenemisestä.

Projektipäällikkönä toimiminen oli erittäin vastuullista ja toisinaan hyvin stressaavaa, mutta opettavaista. Johtotehtävissä sai mahdollisuuden nähdä, kuinka yleisötapahtuma luodaan alusta loppuun saakka. Tehtävät ovat hyvin aikaa vieviä ja monipuolisia. Koko tapahtuman suunnittelu ja toteutus yhdessä työryhmän kanssa on myös hyvin palkitsevaa. Vaikka projektia varten luotiin tiimit, jotka pääosin vastasivat oman tehtäväalueen asioista, oli projektipäällikön kuitenkin oltava koko ajan tietoinen kaikkien osa-alueiden asioista.

Projektipäällikön saama tuki ja ohjeistus johtoryhmältä, varsinkin toimeksiantajalta, oli ensiarvoisen tärkeää ja opettavaista. Lisäksi Mäntsälän kunnan kulttuurisihteeri Tarja Kuuselan tuki ja avustus lupa-asioiden hoidossa oli erittäin merkittävää. Onnistuneen projektin läpivienniksi projektipäälliköltä sekä koko Laurea työryhmältä vaadittiin paljon aikaa ja omistautumista. Tapahtumalle asetetut tavoitteet sekä työryhmän hieman kilpailuhenkinen ote ovat varmasti osasy siihen, että tapahtuma onnistui halutulla tavalla. Yhteishenkeä luotiin sopimalla heti projektin alussa yhteisistä pelisäännöistä, sovittiin työ- ja vastuujaosta sekä keskustelemalla asioista avoimesti. Ongelmia ja erimielisyyksiä voi syntyä, mutta ne tulee käsitellä välittömästi ja niihin tulee reagoida heti, jotta ne eivät jää vaivaamaan taustalle.

usealle yritykselle esittelypaikat ja alueelle mahtui myös suurempi määrä yleisöä samaan aikaan. Ennen tapahtuma järjestettiin aivan keskustassa, Mäntsälän Keskuskadulla, mutta vuoden 2017 tapahtuman luonteesta johtuen paikalle odotettiin huomattavasti suurempaa yleisöä kuin aikaisempina vuosina ja näin ollen Keskuskatu olisi odotettavasti ruuhkautunut täysin. Turvallisuusseikkoja ajatellen Seurojentalon alue toimi myös erinomaisesti verrattain Keskuskatuun, sillä poistuminen alueelta mahdollisissa uhkatilanteissa olisi ollut nopeampaa joka suuntaan. Sääolojen pettäessä Seurojentalon sisätiloja olisi myös voitu hyödyntää.

Tapahtuma-aluetta jouduttiin projektin edetessä laajentamaan, sillä kiinnostus tapahtumaa kohtaan oli niin suuri. Alue rajattiin niin, että Kapinakuja sekä osa Huvitiestä suljettiin tapahtuman ajaksi moottoriajoneuvoilta (liite 6). Katujen ja alueen sulkemisella pyrittiin varmistamaan yleisön turvallisuus.

4.2 Mäntsälän kunta

Mäntsälän kunta on perustettu vuonna 1585. Mäntsälällä on siis hyvin pitkä historia ja Mäntsälä tunnetaan hyvin kartanoistaan sekä Mäntsälän kapinasta. Mäntsälän väkiluku on kasvanut hurjasti lyhyen ajan sisällä ja väkiluku on kohonnut jo 20 000 asukkaaseen. Maatalous oli ennen mäntsäläläisten tärkein toimeentulon lähde, mutta nykyään luku on enää 5,4% ja palvelut työllistävät eniten mäntsäläläisiä (40%). Mäntsälä sijaitsee Keski-Uudellamaalla ja etäisyys Helsingistä Mäntsälään on noin 60 kilometriä. Mäntsälä on toimivien liikenneyhteyksien varrella, kuten alla olevasta kuvasta (kuva 5) on nähtävillä. Mäntsälän kunta esittelee itsensä luonnonläheiseksi paikaksi asua ja yrittää. (Mäntsälän kunta 2016a.)



Kuva 5. Mäntsälän kartta (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2018.)

Mäntsälä on muuttovoittoinen kunta ja tähän on osin vaikuttanut rautatien valmistuminen syksyllä 2006. Se on ikärakenteeltaan nuori kunta ja Mäntsälässä on tilaa asua. Mäntsäläläiset arvostavat maaseutumaista elinympäristöä, monipuolisia vapaa-ajan aktiviteetteja, yhteisölli-

syyttä ja sitä, että pääkaupunkiseutu on lähellä. Sijainniltaan Mäntsälä onkin erittäin ihanteellinen, sillä 100 kilometrin säteellä asuu lähes 2 miljoona ihmistä. Moottoritien varrella edullisten yritystonttien ja sijaintinsa puolesta Mäntsälä on erinomainen paikka myös yrityksille. (Mäntsälän kunta 2016a; Mäntsälän kunta 2018.)

Kunnat kamppailevat jatkuvasti luodakseen uusia työpaikkoja ja tässä Mäntsälä onkin yksi onnistuneimmista. Työpaikkojen määrä Mäntsälässä viimeisen kymmenen vuoden aikana on nousut noin viidenneksen ja se on enemmän, kuin juuri missään muualla Etelä-Suomessa. Nousun syynä ovat juurikin ihanteellinen sijainti ja suuri panos sekä virkamiehiltä että kunnanvaltuutetuiltakin. (Seuri 2017.)

4.3 Mäntsälän Yrityskehitys Oy

Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n (MYK:n) tehtävänä on kehittää paikallista elinkeinoelämää ja auttaa yrityksiä sijoittumaan Mäntsälään. Mäntsälän Yrityskehitys Oy välittää Mäntsälän kunnan yritys- ja teollisuustontteja sekä pitävät rekisteriä paikallisista yrityksistä ja toimitilatarjonnasta. Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n yritysrekisterissä on yli 1500 mäntsäläläistä yritystä. Mäntsälän Yrityskehitys Oy tarjoaa neuvontaa niille, jotka suunnittelevat perustavansa yrityksen ja samalla Mäntsälän Yrityskehitys Oy on mukana jo toiminnassa olevien yritysten toiminnan kehittämisessä. (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2017.)

Mäntsälän alueella toimii jo suuria yrityksiä, kuten Tokmanni konsernin pääkonttori sekä logistiikkakeskus, Yandex datakeskus, jonka tuottamasta hukkalämmöstä Mäntsälä pyrkii tekemään uutta kilpailuvalttia sekä Ball Beverage Packaging Mäntsälä Oy, jotka aloittivat tölkkituotannon Mäntsälässä tammikuussa 2013. Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n omistavat Mäntsälän sähkö (30%) ja Mäntsälän kunta (70%). Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n logo nähtävillä alla olevassa kuvassa (kuva 6). (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2017.)



Kuva 6. Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n logo (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2017).

4.4 Mäntsälän Yrittäjät ry

Mäntsälän Yrittäjät ry on mäntsäläläisten yritysten edunvalvontajärjestö, joka perustettiin Mäntsälän yrittäjäväen kokouksessa 18.2.1975. Ennen Mäntsälän Yrittäjät ry toimi nimellä Mäntsälän Yksityisyrittäjät ry ja samaisessa kokouksessa päätettiin, että yhdistys toimii edeltäjänsä toiminnan jatkajana. Ennen yrittäjäyhdisty toimintaa Mäntsälässä toimi Kauppiaskerho. (Mäntsälän Yrittäjät 2018a.)

Mäntsälän Yrittäjät ry tarjoaa jäsenilleen neuvonta- ja asiantuntijapalveluja. Mäntsälän Yrittäjät ry toimii Suomen Yrittäjät ry:n aluejärjestön Uudenmaan Yrittäjät ry:n paikallisyhdistyksenä. Yhdistys toimii pienten ja keskikokoisten yritysten ja yrittäjien yrittäjä-, elinkeino- ja työnantajapoliittisena etujärjestönä ja tarkoituksena on muun muassa edistää tervettä kilpailua, yrittäjyyttä ja yritysten välistä yhteistyötä. Puheenjohtajana Mäntsälän Yrittäjät ry:ssä toimii Eero Kokko. Mäntsälän Yrittäjien logo alla olevassa kuvassa (kuva 7). (Mäntsälän Yrittäjät 2018b.)



Kuva 7. Mäntsälän Yrittäjät ry:n logo (Mäntsälän Yrittäjät 2018a).

4.5 Mäntsälän Yrittäjänaiset ry

Mäntsälän Yrittäjänaiset ry on Suomen Yrittäjänaisien jäsenyhdistys ja Mäntsälän Yrittäjänaiset ry toimii paikallisyhdistyksenä Uudellamaalla. Suomen Yrittäjänaiset perustettiin vuonna 1947 Helsingissä. Suomen Yrittäjänaiset on valtakunnallinen yrittäjänaisien asialla toimiva etujärjestö, joka vaikuttaa yrittäjänaisien aseman parantamiseen sekä kannustaa naisia menestyvään yrittäjyyteen. Suomen Yrittäjänaisien verkostoon kuuluu jo yli 6000 jäsentä ja paikallisyhdistyksiä on noin 70 kappaletta. (Suomen Yrittäjänaiset 2018b.)

Suomen Yrittäjänaisien toiminta on tavoitteellista ja vaikuttavaa ja missiona on edistää yrittäjänaisien tasa-arvoista asemaa yhteiskunnassamme. Suomen Yrittäjänaiset etsii ratkaisuja yrittäjänaisien kohtaamiin haasteisiin. Suomen Yrittäjänaisien missiona on myös vaikuttaa yrittämisestä kannustavaan päätöksentekoon sekä Suomessa että Euroopan unionissa. Yrittäjänaisien logo esiteltynä alla olevassa kuvassa (kuva 8). (Suomen Yrittäjänaiset 2018c.)



Kuva 8. Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n logo (Suomen Yrittäjänaiset 2018a).

5 Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuman vaikuttavuus- ja tyytyväisyystutkimus

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen sisältöä ja tarkoitusta, miksi tutkimuksia suoritetaan ja onko niistä hyötyä. Kyselytutkimus on erittäin tärkeä tapa kerätä tietoa tapahtuman tarpeellisuudesta, onnistumisista sekä kehityskohteista. Tietoja mitataan erilaisilla mittareilla ja kyselytutkimuksessa mittarit koostuvat yksittäisistä kysymyksistä sekä väitteistä. Kysymykset tulisi laatia niin, että saadaan mahdollisimman kattavat vastaukset kuvaamaan sitä, kuinka tapahtumassa onnistuttiin ja saavutettiin tapahtumalle luodut tavoitteet. Tapahtuman kyselytutkimukset suoritettiin kyselylomakkeilla, joiden avulla mittaus tapahtuu. (Vehkalahti 2014, 11, 17-20; Vallo & Häyrynen 2014, 189.)

Kyselylomakkeiden kysymykset ja väitteet pyrittiin asettelemaan niin, että ne ovat helposti ymmärrettävissä, selkeitä ja ytimekkäitä. Kysymysoasioissa oli sekä avoimia että suljettuja osioita. Avoimissa osioissa vastaajan oli mahdollista antaa vapaata palautetta ja suljetuissa osioissa vastaajalle oli annettu valmiit vaihtoehdot asteikkoja käyttäen. Suljettuja osioita käyttämällä vastausvaihtoehdot selkeyttävät mittauksia ja analysointia, mutta avoimilla vastauksilla saatetaan saada tutkimuksen kannalta sellaisia tietoja, jotka muuten voisi jäädä havaitsematta. (Vehkalahti 2014, 23-25.)

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumasta luotiin kyselytutkimus yrittäjille, jonka avulla pyrittiin saamaan vastauksia siihen, koetaanko tapahtumat kannattavaksi ja kuinka tapahtuma onnistui yrityksen näkökulmasta. Kyselylomake lähetettiin (liite 1) sähköpostitse Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n ylläpitämän yritysrekisterin kautta yli 1500 yritykselle. Lisäksi kyselylomake lähetettiin sähköpostitse kaikille tapahtumaan osallistuneille yrityksille. Kyselytutkimuksen tavoitteena oli saada vastauksia muun muassa siihen, kuinka tapahtuma onnistui yritysten näkökulmasta, kuinka tapahtuman järjestelyt sujuivat, oliko tapahtumalla vaikutusta yritysten näkemykseen ja koetaanko vastaavat tapahtumat tarpeellisiksi. Tutkimuksen avulla tiedusteltiin mahdollisia kehitysideoita jatkoa varten ja lisäksi pyrkimyksenä oli saada vastaus kysymykseen, miksi jotkin yritykset eivät ole kiinnostuneita osallistumaan Kesän Avajaiset tapahtumaan. Kyselylomakkeen kysymykset laadittiin yhdessä Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n markkinointipäällikkö Jyrki Teeriahon kanssa. Kyselylomake luotiin Eduix E-lomakkeen avulla.

Tapahtuman aikana yleisöltä kerättiin palautetta tapahtumasta. Kysely toteutettiin haastattelukyselynä tapahtuman aikana. Haastattelut suorittivat kaksi Laurea Tikkurilan liiketalouden opiskelijaa. Haastattelut suoritettiin tablettitietokoneita ja valmista E-lomake pohjaa käyttäen. Lomakkeen kysymykset laativat tämän opinnäytetyön tekijä yhdessä haastattelijoiden kanssa. Tutkimuksen tavoitteena oli tiedustella, kuinka tapahtuma koettiin, missään onnistuttiin ja mitkä asiat kaipaavat kehitystä. Tutkimuksen avulla tiedusteltiin myös sitä, mistä päin yleisö on saapunut tapahtumaan ja oliko suuren profiilin esiintyjällä vaikutusta osallistumiseen.

Tapahtumasta kerätyn yleisön palautteen avulla saadaan erittäin arvokasta tietoa jatkossa järjestettävien tapahtumien suhteen.

5.1 Tutkimustulosten käsittely- ja analysointimenetelmät

Tiedonkeruun jälkeen tutkimusaineistoa tarkastellaan ja analysoidaan. Aineisto rakennetaan kyselylomakkeen pohjalta ja verkkolomakkeiden käyttö onkin tässä vaiheessa eduksi, sillä se on suoraviivaisempaa ja riskittömämpää, kuin paperilomakkeiden käyttö. Kun aineisto on koossa, esikäsitellään aineisto kokonaisuudessaan tekemällä taulukoita ja kuvioita. Perustarkastelujen ja esikäsitteilyn jälkeen tuloksia voidaan analysoida. (Vehkalahti 2014, 49, 51-52.)

Kyselylomakkeiden vastaukset koottiin ja analysoitiin SPSS Statistics-tilastollisen ohjelman ja Excelin avulla. Excel-taulukkojen avulla tuloksista luotiin kuvaavat graafit ja taulukot, joista selviää vastauksien määrä tai prosenttiosuus. Taulukoiden ja graafien avulla tuloksia tulkitaan ja analysoidaan.

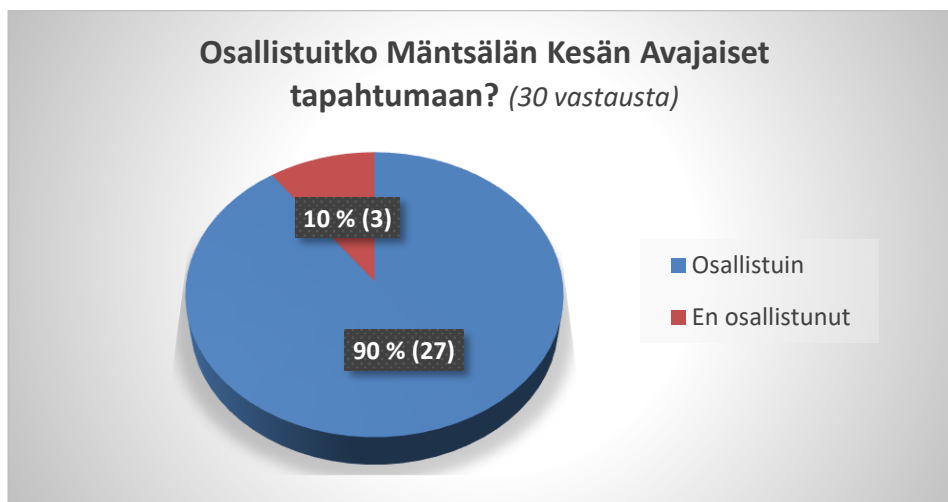
5.2 Kyselytutkimus yrityksille

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumaan osallistui 42 yritystä. Yrityksille lähetettyyn kyselyyn saatiin yhteensä 30 vastausta. Vastaajista 27 osallistui tapahtumaan, joten osallistuneiden yritysten vastausprosentti oli 64%. Ainoastaan kolme vastaajista ei osallistunut tapahtumaan. Vastausprosentti on siihen nähden alhainen, että tutkimuksen osatavoitteena oli tutkia ilmiötä, miksi tapahtuma ei kiinnosta useita paikallisia yrityksiä. Vähäisestä vastausprosentista johtuen, osa kyselyssä olleista kysymyksistä ei näin ollen vastaa luotettavasti kysymykseen. Kuitenkin osallistuneiden yritysten vastausprosentti oli suhteellisen korkea ja vastaajat edustivat hyvin perusjoukkoa. Osallistuneiden yritysten vastauksista saadut tiedot ovat kuitenkin erittäin tärkeitä tutkimuksen kannalta. (Vehkalahti 2014, 43.)

Vastausten määrä on merkitty jokaisen kuvaotsikon perään ja kuvista selviää diagrammien ja taulukoiden avulla vastausten hajonta, joko vastausprosentteina tai kappalemäärinä. Tuloksia tutkitaan ja käsitellään kohta kohdalta yhteenvetona tai yksittäin. Kyselylomakkeen ensimmäisissä kysymyksissä tiedusteltiin perustietoja, kuten osallistuiko yritys tapahtumaan ja toimiiko yritys Mäntsälän alueella.

Kyselyn alussa tiedusteltiin, osallistuiko vastaaja tapahtumaan. Vastanneista 90 % osallistui tapahtumaan ja ainoastaan 10% ei osallistunut Mäntsälässä järjestettyyn Kesän Avajaiset tapahtumaan. Näin ollen voidaan todeta, että yritykset, jotka eivät tapahtumaan osallistuneet, eivät myöskään olleet kovin aktiivisia osallistumaan tutkimukseen. Tutkimuksen osatavoitteena olikin pohtia ilmiötä, miksi vastaavanlaiset tapahtumat eivät kiinnosta Mäntsälän alueella sijaitsevia

yrittäjiä, mutta vastausten vähäisestä määrästä johtuen vastausta tähän kysymykseen ei saatu. Alla olevassa kuvassa (kuva 9) on nähtävissä vastauksien hajauma.



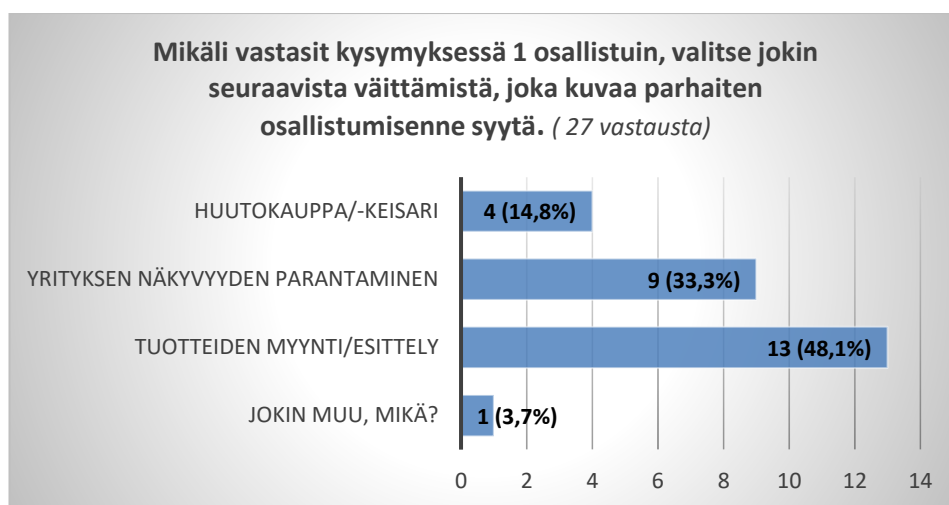
Kuva 9. Kysymys 1. Osallistuitko Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)

Toisessa kysymyksessä (kuva 10) tiedusteltiin, missä yritys/organisaatio/yhdistys toimii. Vastaaajista 93,3% vastasi toimivansa Mäntsälässä. Toisin sanoen vastaajista kaksi kappaletta (6,7%) tuli muualta kuin Mäntsälän alueelta. Kysymyksessä oli mahdollisuus kertoa mistä päin yritys tuli ja vastauksista selvisi, että toinen esittelijä tuli Helsingistä ja toinen Lopilta. Tapahtuma kiinnosti pääosin Mäntsälän alueen yrityksiä. Toisaalta tähän seikkaan voi vaikuttaa myös se, että tapahtumaa markkinoitiin pääosin Mäntsälän alueella.



Kuva 10. Kysymys 2. Toimiiko yrityksesi/organisaatiosi/yhdistyksesi Mäntsälässä? Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kolme tiedusteltiin tapahtumaan osallistuneilta yrityksiltä syitä osallistumiselle. Kysymys sisälsi väittämiä, joista vastaajan piti valita mielestään parhaiten kuvaava väittämä. Mikäli yritys oli vastannut ensimmäisessä kysymyksessä 'en osallistunut tapahtumaan', jätettiin tähän kysymykseen vastaamatta. Vastauksien perusteella koko Suomen tuntema Huutokauppa-keisari Aki Palsanmäki seurueineen tai tapahtumassa järjestetty huutokauppa (14,8%) ei ollut ainoa peruste tapahtumaan osallistumiselle. Vastauksien perusteella yleisin syy tapahtumaan osallistumiselle oli se, että yritys saa myytyä/esitellä tuotteitaan (48,1%) sekä parantaa yrityksen näkyvyyttä (33,3%). Vastausten hajonta on esitelty alla olevassa kuvassa (kuva 11).



Kuva 11. Kysymys 3. Mikäli vastasit kysymyksessä 1 osallistuin, valitse jokin seuraavista väittämistä, joka kuvaa parhaiten osallistumisesi syytä (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä neljä tiedusteltiin syitä, miksi yritys ei osallistunut tapahtumaan. Kaikki kolme vastaajaa, jotka eivät tapahtuneen osallistuneet vastasivat ”jokin muu, mikä” -vaihtoehdon. Avoimien vastauksien perusteella vastaajat eivät nähneet syytä osallistua tapahtumaan ja vastauksien perusteella koettiin, että tapahtumasta ei olisi ollut hyötyä yritykselle tai, että tapahtumapaikka sijaitsi liian kaukana omasta yrityksestä. Kahdessa vastauksessa mainittiin lisäksi myös se, että vaikka vastaajat eivät olleet osallistuneet yrityksenä tapahtumaan, olivat he silti olleet mukana tapahtumassa yksityishenkilöinä.

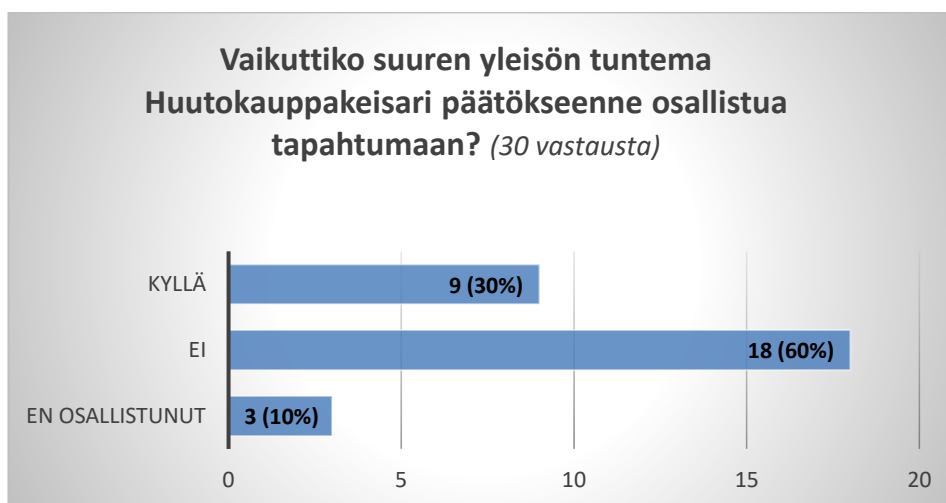
Kysymyksessä viisi tiedusteltiin, mitä kautta tapahtumasta oltiin kuultu. Kysymyksen avulla tapahtuman järjestävät saavat arvokasta tietoa siitä, minkä väylän kautta yritykset on tavoitettu tai onko heitä ylipäättään tavoitettu. Tämän tiedon avulla saadaan myös selvyttä siihen seikkaan, tavoittiko tapahtuman markkinointi yritykset. Tässä kysymysosiossa sai vastata useampaan kohtaan, mikäli tapahtumasta oli kuullut useamman väylän kautta.

Vastauksien perusteella kaikki kyselyyn vastanneista olivat kuulleet tapahtumasta. Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n kautta lähetetty sähköpostiviesti (29,2%) tavoitti selkeästi yritykset kiitettävällä tavalla. Tapahtumasta oli kuultu myös muiden kanavien kautta, kuten suoraan tapahtuman järjestäjiltä (20,8%) sekä Facebook-sivuilta (14,6%). Vastauksien hajautuminen on nähtävissä taulukossa 4.

Mistä kuultu tapahtumasta? (48 vastausta)		
Kommentti	Määrä	%-osuus
Facebook	7	(14,6%)
Sähköpostiviesti yrittäjille	14	(29,2%)
Tapahtuman järjestäjiltä	10	(20,8%)
Kuulopuhe	3	(6,3%)
Mainoksista ympäristössä	2	(4,2%)
Internetistä	4	(8,3%)
Lehtimainoksista/ -jutuista	4	(8,3%)
En ole kuullut tapahtumasta	-	-
Jokin muu, mikä?	4	(8,3%)

Taulukko 4. Kysymys 5. Mistä kuultu tapahtumasta? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kuusi tiedusteltiin, oliko suuren yleisön tuntemalla Huutokauppakeisariilla vaikutusta osallistumiseen. 60% vastaajista kertoi, että Huutokauppakeisarin esiintyminen ei vaikuttanut heidän osallistumiseensa ja 30% vastaajista kertoi suuren yleisön tuntemaan Huutokauppakeisarin vaikuttaneen osallistumiseen. Alla olevasta kuvasta (kuva 12) selviää vastausten hajauma.



Kuva 12. Kysymys 6. Vaikuttiko suuren yleisön tuntema Huutokauppakeisari päätökseenne osallistua tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä seitsemän tiedusteltiin, oliko ensimmäistä kertaa olleella suuremmalla osallistumismaksulla vaikutusta yrityksen osallistumiseen. Vastauksien perusteella 59,3% on sitä mieltä, että osallistumismaksulla ei ollut vaikutusta osallistumiseen ja 40,7% mielestä osallistumismaksulla oli vaikutusta osallistumiseen. Valitettavasti vastaukset eivät suoraan vastaa tutkittuun ongelmaan, sillä vastauksia analysoitaessa ei pystytä kertomaan, minkälainen vaikutus osallistumismaksulla on ollut ja mihin vastaukset perustuvat.

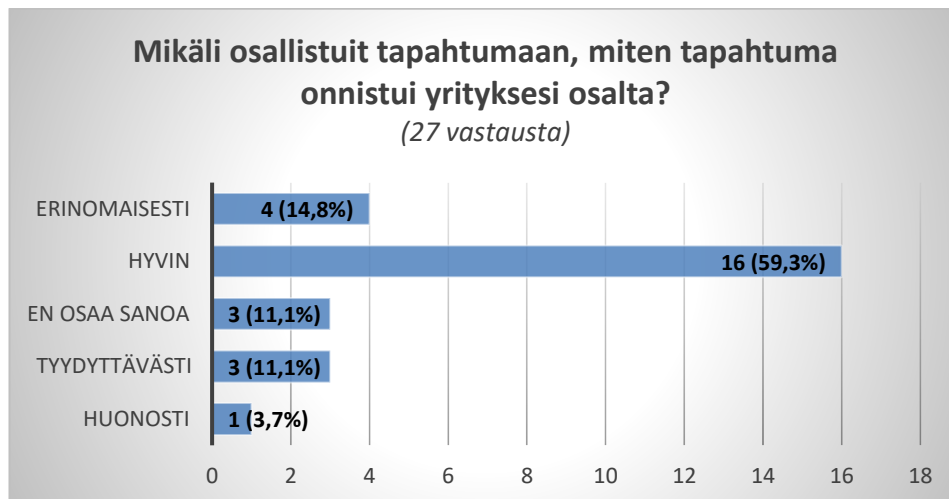
Kuitenkin tapahtumaan osallistuneita yrityksiä puhuteltaessa saatiin käsitys siitä, että osallistumismaksua ei koettu missään tapauksessa liian suureksi, varsinkaan kun tiedossa oli korkean profiilin esiintyjä ja odotettavissa oli suurempi yleisö, kuin aikaisempina vuosina. Paikkojen hinnoittelua pidettiin suullisen palautteen mukaan maltillisena. Lisäksi yrityksille lähetetyssä sähköpostitiedotteessa kerrottiin paikkojen maksullisuudesta, mutta tällä ei koettu olevan kovin suurta merkitystä, sillä kysyntä tapahtumaan osallistumiselle oli niin suuri. Tapahtumapaikkaa suunniteltaessa paikkoja jouduttiin lisäämään ja tapahtuma-aluetta laajentamaan suuren kiinnostuksen vuoksi. Vastausten jakaantuminen osallistumismaksun vaikutuksista osallistumiseen havainnollistettu kuvassa 13.



Kuva 13. Kysymys 7. Oliko osallistumismaksulla vaikutusta yrityksesi osallistumiseen? (Eduix E-lomake 2017)

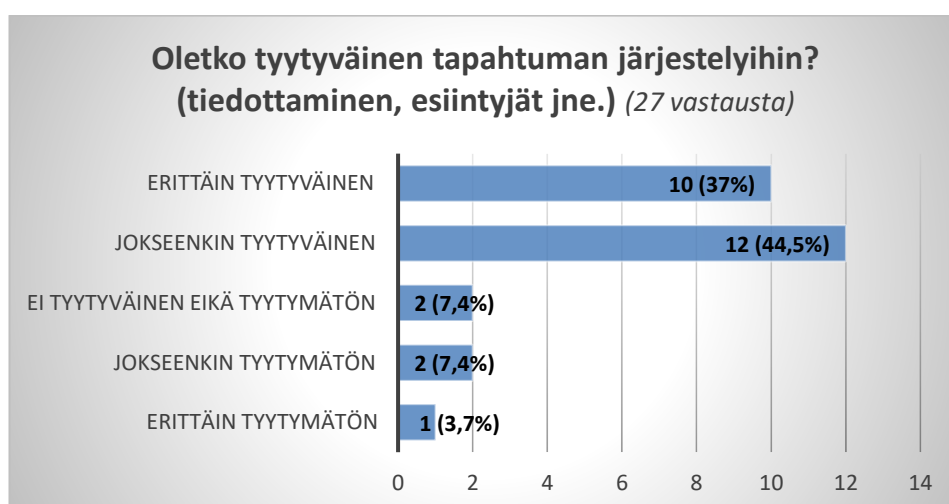
Kysymyksessä kahdeksan tiedusteltiin, kuinka tapahtuman koettiin onnistuneen omalta osaltaan. Kysymyksessä olleista väittämistä piti valita yksi vaihtoehto, joka kuvasi parhaiten kokemusta tapahtuman onnistumisesta. Vastausvaihtoehdot olivat Likertin viisinumeroisen asteikon mukaiset, jossa arvo yksi osoitti, että vastaaja koki tapahtuman onnistuneen huonosti ja arvo viisi osoitti tapahtuman onnistuneen erinomaisesti. Vastaajista yksi koki tapahtuman onnistuneen huonosti. Muuten tapahtuman koettiin onnistuneen hyvin vaihtelevasti, kuten alla olevasta kuvasta (kuva 14) selviää. Kuitenkin vastauksia tulkitessa voidaan todeta, että tapahtuma

koettiin onnistuneen 59,3% mielestä hyvin ja 14,8 % mielestä erinomaisesti. Vastauksien keskiarvo Likertin asteikon mukaan oli 3,70. Kuvasta 14. selviää vastausten hajauma prosenttiosuuksina ja kappalemäärinä.



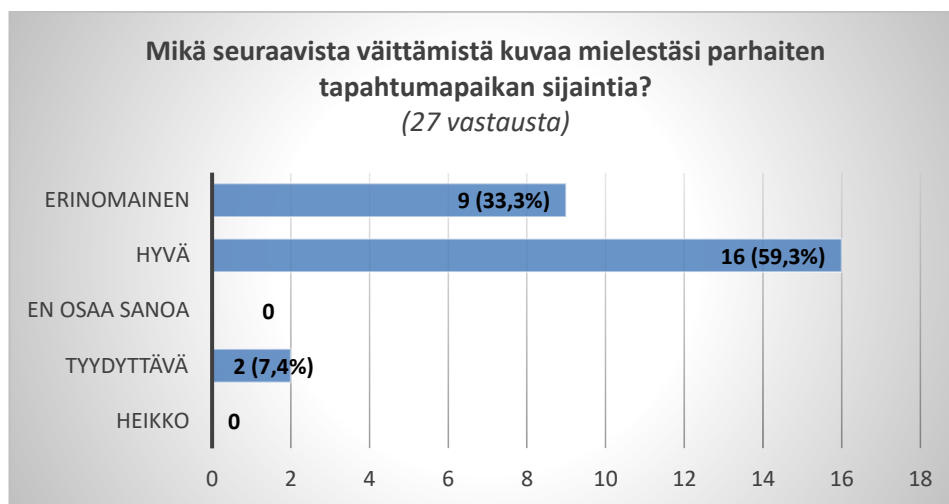
Kuva 14. Kysymys 8. Mikäli osallistuit tapahtumaan, miten tapahtuma onnistui yrityksesi osalta? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä yhdeksän oli Likertin viisinumeroinen asteikko tekstillä kuvattuna, jossa arvo yksi osoitti vastaajan olleen erittäin tyytymätön ja arvo viisi erittäin tyytyväinen tapahtuman järjestelyihin. Kokemukset tyytyväisyydestä vaihtelivat erittäin tyytymättömästä erittäin tyytyväiseen, kuten alla olevasta kuvasta (kuva 15) selviää. Pääosin tapahtumaan oltiin kuitenkin jokseenkin tyytyväisiä (44,5%) sekä erittäin tyytyväisiä (37%). Keskiarvoksi tapahtuman järjestelyistä saatiin Likertin asteikon mukaan 3,85.



Kuva 15. Kysymys 9. Oletko tyytyväinen tapahtuman järjestelyihin? (tiedottaminen, esiintyjät jne.) (Eduix E-lomake 2017)

Myös kysymyksessä kymmenen käytettiin Likertin viisinumeroista asteikkoa, jossa arvo yksi osoitti vastaajan pitävän alueen sijaintia heikkona, kun taas arvo viisi osoitti vastaajan pitävän tapahtumapaikkaa erinomaisena. Kuten alla olevasta kuvasta (kuva 16) selviää, yksikään kyselyyn vastanneista ei pitänyt tapahtumapaikkaa heikkona, vaan selkeästi suurin osa oli sitä mieltä, että tapahtumapaikka oli joko hyvä (59,3%) tai erinomainen (33,3%). 7,4% mielestä tapahtumapaikan sijainti oli tyydyttävä. Tapahtumapaikkaan oltiin vastauksien perusteella pääosin tyytyväisiä. Vastausten keskiarvo oli 4,19.



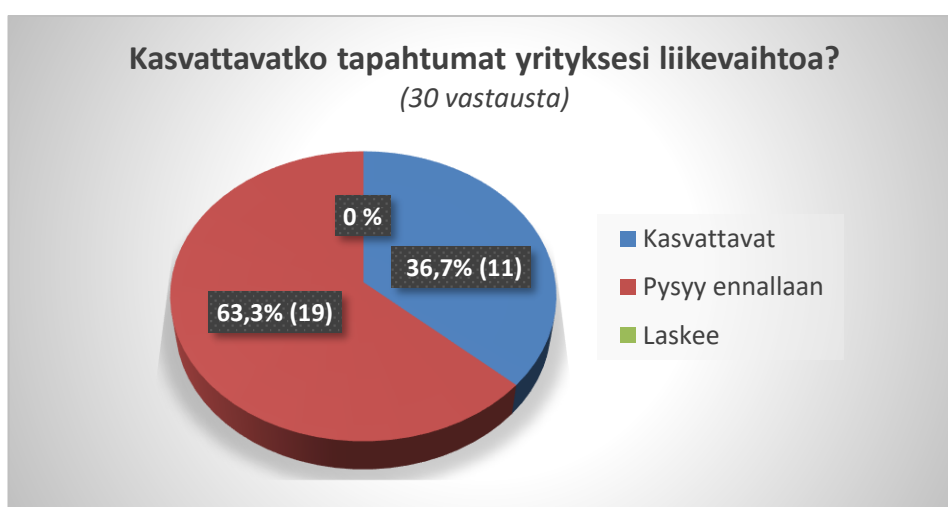
Kuva 16. Kysymys 10. Mikä seuraavista väittämistä kuvaa mielestäsi parhaiten tapahtumapaikan sijaintia? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä yksitoista tiedusteltiin, kuinka Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuma koettiin ja oliko tapahtumasta hyötyä yritykselle. Kysymys sisälsi eri väittämiä ja vastausvaihtoehtoja sai valita useamman. Kuten taulukosta viisi selviää, tapahtuman koettiin lisäävän yrityksen näkyvyyttä (34%) ja tapahtuma koettiin mukavaksi tavaksi markkinoida yritystä, sen tuotteita tai palveluja (38%). Vastauksien perusteella tapahtuma ei ollut myynnillisesti (12%) mitenkään erityinen, mutta kuitenkin on koettu, että potentiaalisia asiakkaita (14%) on tavoitettu sekä saatu lisää näkyvyyttä. Ainoastaan yksi vastaajista koki, että tapahtumasta ei ollut hyötyä yritykselle. Vastausten hajonta on nähtävillä taulukossa 17.

Mitä mieltä olet tapahtuman hyödystä/hyödyistä yritykselle? (50 vastausta)		
Kommentti	Määrä	%-osuus
Lisää näkyvyyttä	17	(34%)
Mukava tapa markkinoida yritystä, sen tuotteita tai palveluita	19	(38%)
Kasvattaa myyntiä	6	(12%)
Tapahtumasta ei ole hyötyä	1	(2%)
Tavoitin erinomaisesti potentiaalisia asiakkaita	7	(14%)
Tapahtumat haittaavat yrityksen toimintaa	0	(0%)

Taulukko 5. Kysymys 11. Mitä mieltä olet tapahtuman hyödystä/hyödyistä yritykselle? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kaksitoista tiedusteltiin, kasvattavatko tapahtumat yrityksen liikevaihtoa. Kuvassa seitsemäntoista on nähtävillä, että 36,7% vastaajista kertoi tapahtumien kasvattavan yrityksen liikevaihtoa, kun taas 63,3% kertoi liikevaihdon pysyvän ennallaan. Tämän kysymyksen asettelu jättää tulkinnanvaraa siihen, että kysymyksessä ei viitata suoranaisesti Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan, vaan kysymyksen asettelu on laadittu niin, että vastaaja on voinut ymmärtää kysymyksen väärin. Kuten kysymyksessä yksitoista nähtiin, Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumalla ei vastauksien perusteella ollut myynnillisesti kovin suurta vaikutusta, vaan pääosassa näytteli yrityksen näkyvyyden parantaminen tapahtumamarkkinoinnin avulla. Vastauksista voidaan kuitenkin tehdä johtopäätöksiä sen suhteen, että tapahtumien uskotaan kasvattavan yrityksen liikevaihtoa jonkin verran.



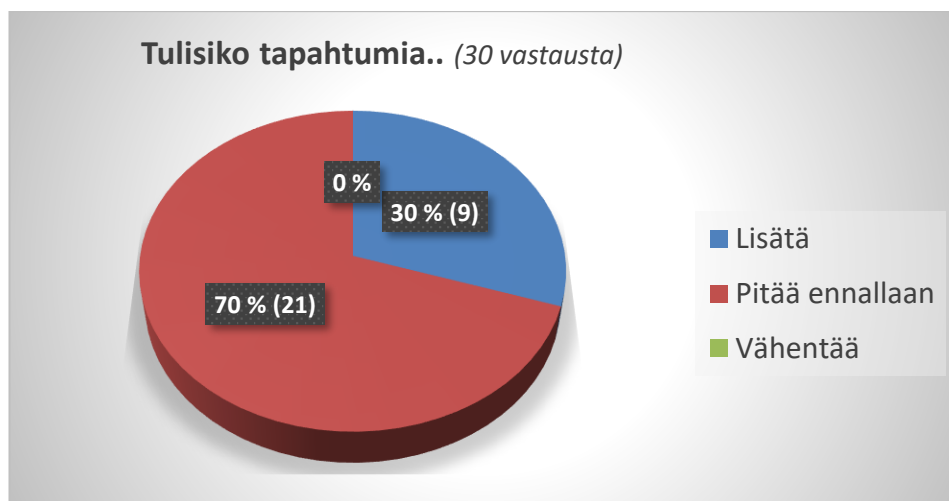
Kuva 17. Kysymys 12. Kasvattavatko tapahtumat yrityksesi liikevaihtoa? (Eduix E-lomake 2017)

Seuraavat kaksi kysymystä (kysymykset 13 ja 14) olivat avoimia kysymyksiä. Kysymyksessä kolmetoista tiedusteltiin mikä tapahtumassa oli parasta. Avoimia vastauksia saatiin yhteensä 27 kappaletta. Vastauksien perusteella tapahtuman mukava tunnelma sekä yleisön suuri määrä saivat erityisen paljon kiitosta. Tapahtuman järjestelyjä keuhuttiin myös useampaan otteeseen. Palautteiden mukaan vastaajat olivat hyvillään siitä, että vastaavia tapahtumia järjestetään Mäntsälän alueella. Lisäksi kiitosta sai se, että tapahtumassa oli mukana suuri määrä paikallisia yrityksiä, yhteisöjä ja seuroja. Useammassa palautteessa mainittiin vetovoimainen esiintyjä, jonka uskottiin vaikuttavan suureen yleisömäärään. Tapahtumapäivänä sää oli erinomainen ja tämä myös näkyi palautteissa. Yhdessäolo ja suora kontakti paikallisiin ihmisiin koettiin myös parhaaksi. Lisäksi paikkahinnoittelu sai kiitosta ja palautteessa mainittiin, että yritys pääsi edullisesti markkinoimaan yritystä ilman tuotteita.

Kysymyksessä neljätoista kysyttiin, kuinka tapahtumaa voisi parantaa tulevaisuudessa. Palautteita saatiin 27 kappaletta. Asia, joka palautteista nousi selvästi eniten esille, oli etukäteismarkkinointi. Useissa palautteissa mainittiin heikonlainen tiedottaminen päivän kulusta, liikennejärjestelyistä sekä mukana olleista esittelijöistä. Palautteiden mukaan tapahtuman markkinointiin ja tiedottamiseen tulisi keskittyä huomattavasti paremmin ja tehokkaammin tulevaisuudessa.

Tapahtumalle toivottiin myös lisää esiintyjä, varsinkin vetovoimaisia esiintyjä, joiden avulla saadaan houkuteltua enemmän yleisöä paikalle. Useammassa palautteessa ehdotettiin, että tapahtumassa voisi olla kaksi ”pääesiintyjää”, jotta yleisöä riittäisi tasaisemmin läpi koko tapahtuman ajaksi. Vastaajat kokivat, että pääesiintyjä veti suuret massat yleisöä paikalle ja kun esiintyminen oli ohi, yleisö poistui paikalta. Muita palautteita oli, että työikäiset pitäisi saada paremmin aktivoitua, tapahtuma-alue tiiviimmäksi, lisää esittelijöitä mukaan tapahtumaan ja juontajan toivottiin haastattelevan kaikkia halukkaita esittelijöitä.

Kysymyksessä viisitoista kysyttiin tulisiko tapahtumia lisätä, pitää ennallaan vai vähentää. Suurin osa vastaajista (70%) oli sitä mieltä, että tapahtumien määrä tulisi pitää ennallaan ja 30% lisääisi tapahtumien määrää. Vastaajista yksikään ei ollut sitä mieltä, että tapahtumien määrää tulisi vähentää. Vastausten jakauma on nähtävillä kuvassa 18.



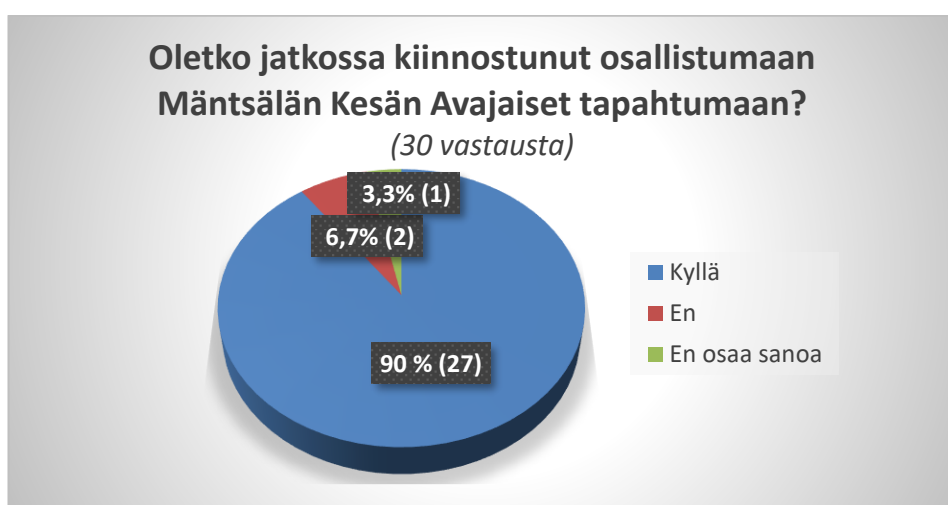
Kuva 18. Kysymys 15. Tulisiko tapahtumia... (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kuusitoista tiedusteltiin, kiinnostaako yritystä/organisaatiota/yhdistystä olla mukana järjestämässä tapahtumia tulevaisuudessa. Vastaukset jakautuivat tasaisesti (50%) kyllä ja ei vastauksiin, kuten kuvassa 19 on nähtävillä.



Kuva 19. Kysymys 16. Kiinnostaako Sinua tulevaisuudessa olla mukana tapahtumien järjestämisessä? (Eduix E-lomake 2017)

Lopuksi tiedusteltiin sitä, olisiko yritys/yhteisö/seura jatkossa kiinnostunut osallistumaan Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan. Kuten alla olevasta kuvasta (kuva 20) selviää, 90% vastaajista olisi kiinnostuneita osallistumaan jatkossakin järjestettäviin tapahtumiin, 3,3% ei osaa sanoa ja ainoastaan 6,7% ei ole kiinnostunut osallistumaan jatkossa järjestettäviin tapahtumiin. Vastauksien perusteella Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuma selvästi kiinnostaa ja tapahtumalle riittäisi kysyntää.

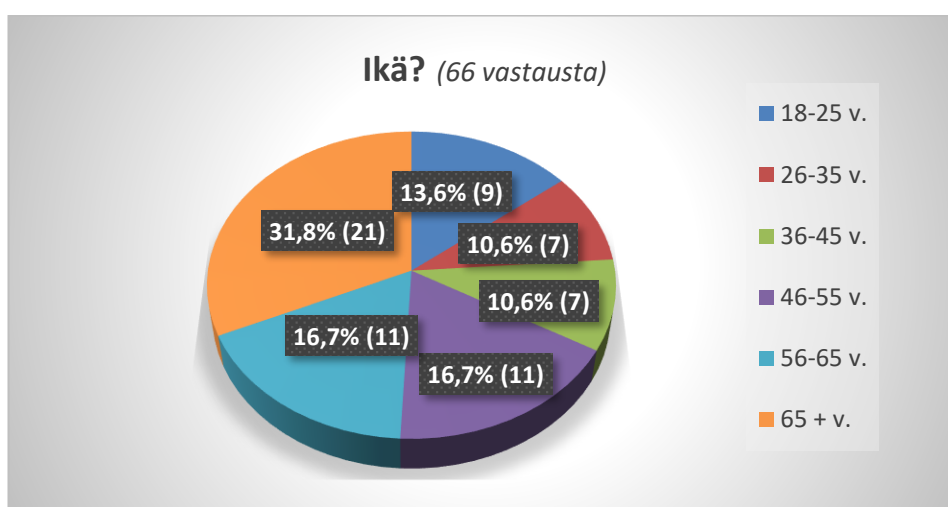


Kuva 20. Kysymys 17. Oletko jatkossa kiinnostunut osallistumaan Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)

5.3 Kyselytutkimus yleisölle

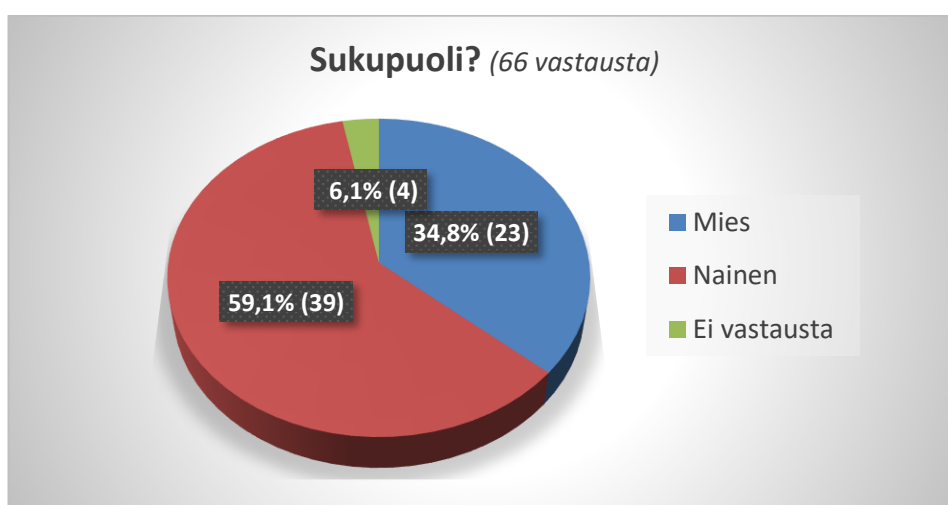
Yleisökyselyyn saatiin kerättyä vastauksia yhteensä 66 kappaletta. Vastausten määrä on suhteellisen vähäinen, mutta vastaajat kuvaavat perusjoukkoa hyvin. Tässä tutkimuksessa alle 18-vuotiaat eivät kuuluneet tutkimuksen kohderyhmään. Tutkimukseen valituiksi tulleet vastaajat valittiin satunnaisesti ja vastaukset suoritettiin anonyymisti.

Kyselylomakkeen alussa tiedusteltiin vastaajien perustietoja ja vastanneista 48,5% oli iältään yli 56 vuotiaita, 37,9% 26-55 v. ja 13,6% 18-25 v. Vastaajien ikäjakauma on havainnollistettu kuvassa 21 tarkemmin.



Kuva 21. Kysymys 1. Ikä? (Eduix E-lomake 2017)

Toisessa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajan sukupuolta. Vastanneista 59,1% oli naisia ja 34,8% miehiä. 6,1% ei vastannut kysymykseen. Ikäjakauma on havainnollistettu kuvassa 22.



Kuva 22. Kysymys 2. Sukupuoli? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kolme tiedusteltiin ovatko kyselyyn vastanneet mäntsäläläisiä. Vastauksia kysymykseen saatiin 66 kappaletta. 74,2% (49) vastaajista kertoi olleensa mäntsäläläisiä ja 25,8% (17) kertoi tulleen muualta, kuin Mäntsälästä. Mikäli kysymyksessä vastasi, että ei ole mäntsäläläinen, pyydettiin vastaajaa kertomaan paikkakunta, josta on saapunut paikan päälle. Vastauksien perusteella tapahtumaan osallistuneet olivat pääosin tulleet lähialueen paikkakunnilta sekä Helsingistä ja Vantaalta. Ainoastaan yksi vastanneista kertoi tulleen kauempaa, Tornioista.

Kysymyksessä neljä tiedusteltiin, minkä väylän kautta vastaaja oli kuullut tapahtumasta. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. Vastauksien perusteella lehtimainokset ja -jutut (42,9%) olivat tavoittaneet paikalle saapuneen yleisön kaikkein parhaiten. Myös ystäviltä, toisin sanoen puskaradion kautta (35%) oli kuultu toiseksi eniten. Facebook tavoitti 13% vastaajista ja loput (9,1%) olivat kuulleet tai nähneet tapahtumasta mainoksista ympäristössä, Internetistä tai jostain muualta. Alla olevasta taulukosta (taulukko 6) on nähtävillä vastausten jakaantuminen tarkemmin.

Mistä saitte tiedon Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumasta? (77 vastausta)		
Kommentti	Määrä	%-osuus
Facebookista	10	(13%)
Ystäviltä	27	(35%)
Mainoksista ympäristössä	3	(3,9%)
Internetistä	3	(3,9%)
Lehtimainoksista/-jutuista	33	(42,9%)
Jostain muualta, mistä?	1	(1,3%)

Taulukko 6. Kysymys 4. Mistä saitte tiedon Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumasta? (Eduix E-lomake 2017)

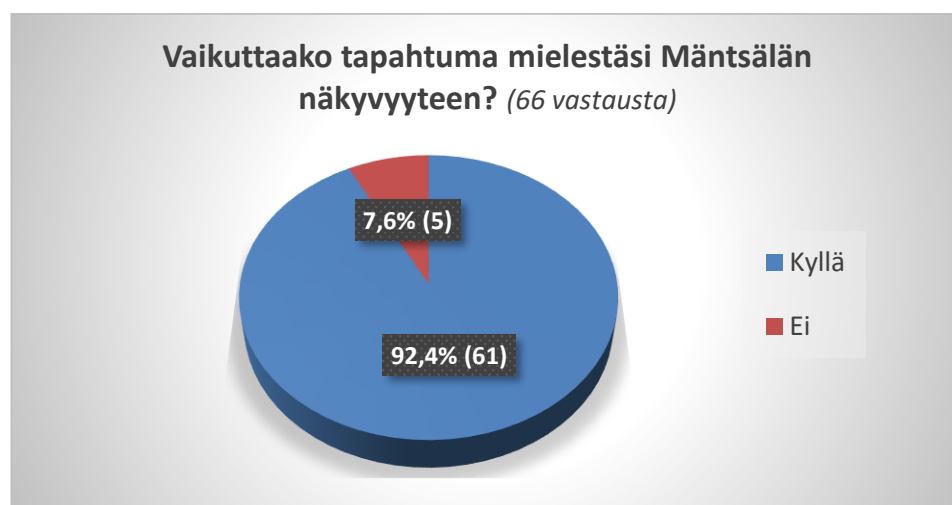
Kysymyksessä viisi tiedusteltiin syitä, jonka vuoksi vastaaja osallistui tapahtumaan. Kysymyksessä sai vastata useampaan vaihtoehtoon. Vastauksien perusteella huutokauppa (15,3%) sekä Huutokauppakeisari (18%) selvästi kiinnostivat tapahtumaan saapunutta yleisöä. Myös tapahtumaan osallistuneet yritykset/yhdistykset/seurat (22,2%) kiinnostivat yleisöä. 'Jokin muu, mikä' vastauksia (36,1%) saatiin myös useampia. Mikäli kysymyksessä vastasi 'jokin muu, mikä' vaihtoehtoon, pyydettiin avaamaan syitä osallistumiselle. Useat vastaajista kertoivat osallistuneensa tapahtumaan hyvän sään vuoksi tai ihan muuten vain. Lisäksi uteliaisuus oli vastattu

useamman kerran. Tapahtumassa myyty tontti kiinnosti 2,8% vastaajista sekä muut esiintyjät 5,6%. Taulukosta 7 selviää vastauksien hajautuminen.

Syy, joka sai sinut osallistumaan tapahtumaan? (72 vastausta)		
Kommentti	Määrä	%-osuus
Huutokauppa	11	(15,3%)
Huutokauppakeisari	13	(18%)
Tontin myynti	2	(2,8%)
Yritykset, yhdistykset ja seurat	16	(22,2%)
Muut esiintyjät	4	(5,6%)
Jokin muu, mikä?	26	(36,1%)

Taulukko 7. Kysymys 5. Syy, joka sai sinut osallistumaan tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kuusi kysyttiin vastaajien mielipidettä siihen, että koetaanko tapahtuman vaikuttavan Mäntsälän kunnan näkyvyyteen. 92,4% vastaajista oli sitä mieltä, että tapahtumalla on vaikutusta Mäntsälän näkyvyyteen. Ainoastaan 7,6% ei usko tapahtuman vaikuttavan Mäntsälän näkyvyyteen. Vastausten jakaantuminen on havainnollistettu kuvassa 23.



Kuva 23. Kysymys 6. Vaikuttaa tapahtuma mielestäsi Mäntsälän näkyvyyteen? (Eduix E-lomake 2017)

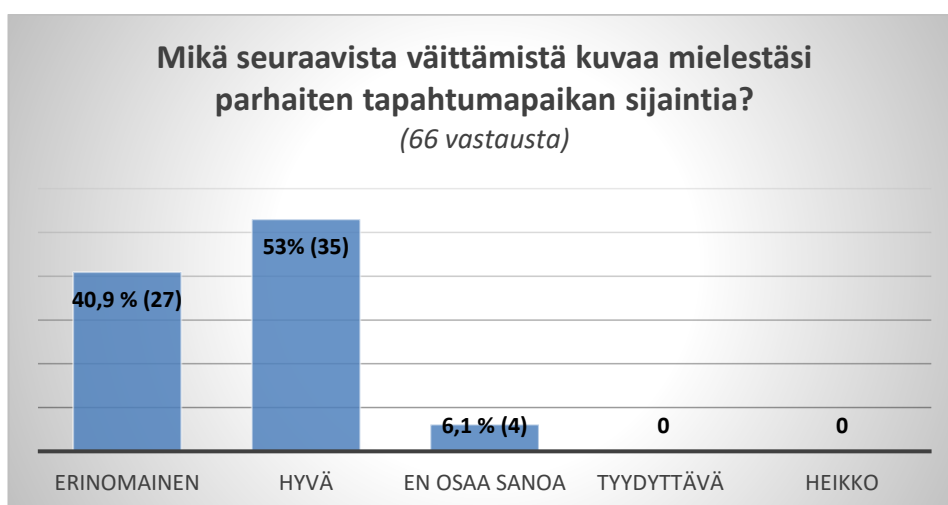
Kysymyksessä seitsemän tiedusteltiin tyytyväisyyttä tapahtuman ohjelmaan. Taulukosta 8 selviää, että tapahtuman ohjelmaan oltiin pääosin suhteellisen tyytyväisiä. Vastanneista 9,1% oli hyvin tyytyväisiä tapahtuman järjestelyihin, 47% jokseenkin tyytyväisiä ja 43,9% ei osannut sanoa mielipidettään tapahtuman ohjelmasta. Tyytymättömiä tapahtuman ohjelmaan ei vastanneiden perusteella ollut lainkaan. 'En osaa sanoa' vastauksien määrä on prosentuaalisesti suh-

teellisen suuri ja suullisen palautteen perusteella voidaan todeta, että useat kyselyyn vastanneista olivat olleet vasta hetken tapahtumassa läsnä, eivätkä tästä johtuen osanneet vastata kysymykseen tapahtuman ohjelmasta.

Oletteko tyytyväinen tapahtuman ohjelmaan? (66 vastausta)		
Kommentti	Määrä	%-osuus
Hyvin tyytyväinen	6	(9,1%)
Jokseenkin tyytyväinen	31	(47%)
En osaa sanoa	29	(43,9%)
Jokseenkin tyytymätön	-	-
En ollenkaan tyytyväinen	-	-

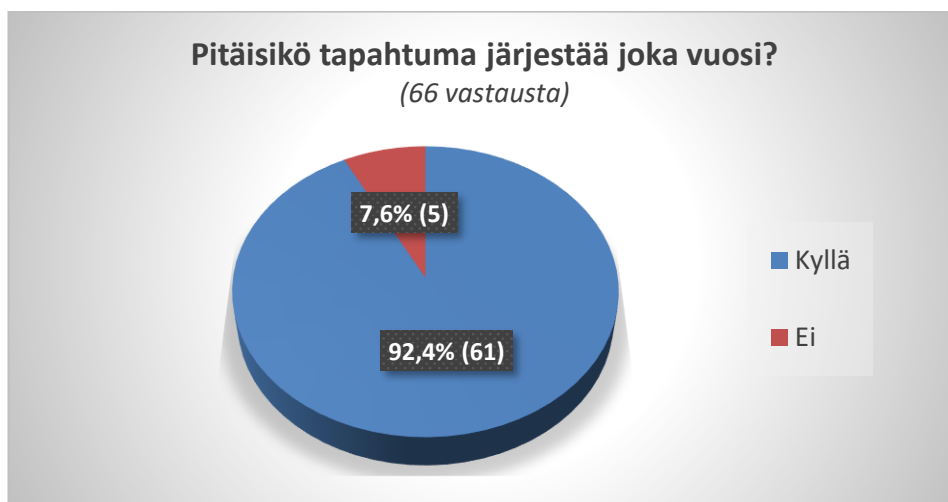
Taulukko 8. Kysymys 7. Oletteko tyytyväinen tapahtuman ohjelmaan? (Eduix E-lomake 2017)

Seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, mitä mieltä kyselyn vastaajat olivat tapahtumapaikan sijainnista. Kysymyksessä kahdeksan vastaajaa pyydettiin valitsemaan parhaiten sopiva väittämä, joka sopii tapahtumapaikan sijaintiin. Vastaajista 40,9% oli sitä mieltä, että sijainti oli erinomainen, 53% mielestä sijainti oli hyvä ja 6,1% ei osannut sanoa tapahtumapaikan sijainnista mitään. Vastausten perusteella voidaan sanoa, että tapahtumapaikan sijaintiin oltiin 93,9% mielestä tyytyväisiä. Kuvasta 26 selviää vastausten hajauma.



Kuva 24. Kysymys 8. Mikä seuraavista väittämistä kuvaa mielestäsi parhaiten tapahtumapaikan sijaintia? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä yhdeksän tiedusteltiin, pitäisikö Kesän Avajaiset tapahtuma järjestää joka vuosi. 92,4% oli sitä mieltä, että tapahtuma pitäisi järjestää joka vuosi. 7,6%, eli viisi vastanneista oli sitä mieltä, että tapahtumalle ei olisi tarvetta joka vuosi. Mikäli kysymykseen yhdeksän vastasi ei, pyydettiin vastaajaa perustelemaan mielipidettään. Vastauksien mukaan tapahtumaa ei koeta tarpeelliseksi, tapahtumia on liian usein ja perusteluissa ehdotettiin, että tapahtuma tulisi järjestää joka toinen vuosi. Vastauksien hajauma on havainnollistettu alla olevassa kuvassa (kuva 25).



Kuva 25. Kysymys 9. Pitäisikö tapahtuma järjestää joka vuosi? (Eduix E-lomake 2017)

Kysymyksessä kymmenen pyydettiin vastaajia mainitsemaan yritys, yhdistys tai seura, joka tapahtumasta jäi parhaiten mieleen. Kysymyksen avulla pyrittiin selvittämään, oliko esittelijän sijainnilla tai jollain muulla tekijällä mahdollisesti merkitystä yrityksen, yhdistyksen tai seuran näkyvyyteen. Vastauksien hajonta on suuri ja mikään tietty yritys, yhdistys tai seura ei noussut esille ylitse muiden. Ainoastaan VPK:n paloauto sekä KivaPiha Tuotteet Oy mainittiin useammin, kuin kerran.

Kyselylomakkeen viimeisessä eli yhdennessätoista kysymyksessä pyydettiin vastaajalta avointa palautetta esimerkiksi kehityskohteista, siisteydestä tai tiedottamisesta. Avoimia vastauksia saatiin runsaasti ja palautetta tuli laidasta laitaan. Osa vastaajista koki, että tapahtuma-alueella ei ollut riittävästi roskakoreja, tapahtuman tarkempi ohjelma ei ollut tarpeeksi selvästi esillä ja musiikkia toivottiin lisää. Vastaajista osa myös toivoi, että samalla järjestettäisiin kirpputorimyyjäiset. Istumapaikkojen vähäisyys mainittiin myös muutamassa palautteessa. Useammassa palautteessa toivottiin enemmän tapahtumaa lavalle ja muutenkin lisää esiintyjä.

Avoimia palautteita tutkiessa suurimmaksi kehityskohteeksi nousi kuitenkin tapahtuman markkinointi, jota useamman palautteen mukaan ei ollut riittävästi. Kehitysideoiden sekä muun pa-

lautteen lisäksi tapahtuma-aluetta keuhuttiin tilavaksi, lapsiparkki sekä pomppulinna saivat kehuja ja tapahtuman toivottiin jatkuvan tulevaisuudessakin. Vastaavanlaisia tapahtumia toivottiin lisää järjestettäväksi Mäntsälän alueella.

5.4 Tutkimustulokset ja tutkimustulosten tulkinta

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumasta saatiin kerättyä hyvin tutkimusaineistoa ja tutkimusaineiston avulla Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman järjestämistä voidaan kehittää paremmaksi tulevaisuudessa. Aikaisempina vuosina Mäntsälän Kesän Avajaisista ei ole kerätty palautetta, joten vertailukelpoista tutkimusmateriaalia ei ole. Tutkielman tutkimustulokset perustuvat yrityksille ja yleisölle tehtyihin kyselyihin ja tuloksia käsiteltiin havainnollistavien kuvien ja taulukoiden avulla. Tässä osiossa tehdään johtopäätöksiä ja päätelmiä tuloksien pohjalta sekä tuodaan esille tapahtumapäivänä saatuja suullisia palautteita tapahtumaan osallistuneilta esittelijöiltä ja yleisöltä.

Tapahtumasta kiinnostuneet yritykset/yhdistykset tulivat pääosin Mäntsälän alueelta. Tähän varmasti vaikutti se, että tapahtumaa markkinoitiin pääosin Mäntsälän alueella. Toisin kuin ennakkoon olin ajatellut, huutokauppa/-keisari eivät olleet pääsyy tapahtumaan osallistumiselle. Tuloksien perusteella, suullisen palautteen sekä vapaan palautteen mukaan tunnetulla esiintyjällä oli kuitenkin suuri merkitys, sillä tunnetun esiintyjän myötä osattiin odottaa suurempaa yleisöä saapuvaksi paikalle. Runkas yleisöä olikin erittäin positiivinen yllätys sekä tapahtuman järjestäjien että tapahtumaan osallistuneiden esittelijöiden mielestä. Tapahtuman vetovoimaista pääesiintyjää keuhuttiin huomattavan useassa palautteessa ja toivottiinkin, että jatkossa järjestettävissä tapahtumissa valittaisiin mukaan myös tunnettu esiintyjä. Hyvästä tunnelmasta tuli myös paljon kiitosta osallistuneilta yrityksiltä. Tapahtumapäivälle sattui lisäksi erittäin upea ja lämmin ilma, joka osaltaan loi hyvää tunnelmaa tapahtumaan.

Tutkimuksen avulla ei saatu vastausta kysymykseen, miksi joitain paikallisia yrityksiä ei kiinnosta osallistua vastaavanlaisiin tapahtumiin Mäntsälän alueella. Kuullun ja saadun palautteen mukaan joitain yrityksiä ei vain yksinkertaisesti kiinnosta osallistua tapahtumiin tai he eivät koe niitä tarpeelliseksi/kannattaviksi. Muutamat yritykset jättäytyivät myös pois tapahtumasta tai luovutti paikkansa seuraavalle, sillä heille osoitettu esittelypaikan sijainti tapahtuma-alueella ei miellyttänyt. Tapahtuma-aluetta laajennettiin pariin kertaan tapahtumaa suunniteltaessa, sillä alueelle ei saatu tapahtumaan kaikkia halukkaita. Tästä syystä osa esittelypaikoista sijaitsi hieman sivummalla.

Tapahtuma oli poikkeuksellisesti järjestetty eri alueelle, kuin aikaisempina vuosina. Tapahtumapaikka saikin pääosin paljon kiitosta. Seurojentalo ja sen lähialue koettiin palautteiden mukaan hyväksi jo pelkästään Mäntsälän historian kannalta. Esiintymislavan sijoittelu sekä esittelijöiden paikat oli lisäksi helpompi suunnitella alueelle. Seurojentalon sisätiloja olisi voitu myös

hyödyntää huutokaupan järjestämiseen, mikäli tapahtumapäivälle olisi sattunut huono keli. Seurojentalon sisälle järjestetty kahvio oli myös erittäin toimiva ja kahvion tarjoomasta sekä toiminnasta tulikin paljon kiitosta.

Tapahtuman järjestelyt ja järjestäjät saivat myös paljon kehuja ja kiitosta. Tapahtuma koettiin hyväksi tilaisuudeksi markkinoida omaa yritystä, saada lisää näkyvyyttä yritykselle ja paikkahinnoittelu koettiin järkeväksi. Tuloksien mukaan tapahtuma koettiin pääosin onnistuneen useamman yrityksen osalta. Tutkimustuloksia ja palautteita tutkiessa suurimmaksi kehityskohdeeksi tulevaisuutta ajatellen nousi tapahtuman markkinointi ja tiedottaminen. Vastauksien perusteella voidaan selkeästi todeta, että tiedottaminen yrityksille ei ollut riittävää ja tapahtuman markkinointia olisi saanut olla enemmän. Palautteiden mukaan jotkin viestit eivät olleet tavoittaneet lainkaan osaa yrityksistä. Lisäksi tapahtuman järjestelyistä, etenemisestä ja ohjeistuksista toivottiin parempaa tiedottamista jatkossa. Markkinointiin ja tiedottamiseen tulee jatkossa pureutua entistä hanakammin ja tarkemmin.

Esiintymispäivän pituus sai myös jonkin verran palautetta, sillä pääesiintyjän vetovoimaisuus toi selkeästi suuremmat ihmismassat mukana vasta hieman ennen esitystä ja pääesiintymisen jälkeen suuremmat yleisömassat poistuivat paikalta. Tästä syystä ehdotettiin, että tapahtumassa olisi joko useampi kiinnostava esiintyjä tai päivän pituutta lyhennettäisiin niin, että yleisöä riittäisi tasaisesti läpi koko tapahtuman.

Tutkimustuloksien mukaan voidaan todeta, että tapahtumat selvästi kiinnostavat paikallisia yrityksiä ja ne koetaan tarpeellisiksi. Yritykset uskovat tapahtumista olevan hyötyä näkyvyyden parantamiseksi ja ne koetaan hyväksi keinoksi markkinoida omaa yritystään. Yhteisöllisyys ja jalkautuminen kuntalaisten pariin nousi useassa palautteessa esille. Tapahtumasta tiedottaminen ja tapahtuman markkinointiin tulee aktiivisemmin paneutua jatkossa, jotta kaikki sidosryhmät ovat ajan tasalla ja tietävät tasan tarkkaan missä mennään. Tuloksien mukaan pääesiintyjän tulisi myös olla tarpeeksi kiinnostava, jotta yritykset saadaan aktivoitua tapahtumaan mukaan.

Yleisölle tehdyn kyselytutkimuksen vastauksien perusteella voidaan todeta, että tapahtumaan osallistunut yleisö saapui pitkälti Mäntsälän alueelta tai sen läheisiltä paikkakunnilta. Jonkin verran yleisöä saapui myös Helsingistä ja Vantaalta. Ikäjakama oli suhteellisen laaja ja kiitosta tuli siitä, että lapsiperheet oli otettu hyvin huomioon. Eritoten useampaan otteeseen mainittiin pomppulinna, VPK:n paloauto sekä Riihenmäen Yrittäjäluokan järjestämä lapsinurkkaus Seurojentalon sisätiloissa. Tapahtumaan osallistunut yleisö oli tuloksien perusteella parhaiten tavoitettu lehtimainoksien/-juttujen, puskaradion sekä Facebookin kautta.

Syitä tapahtumaan osallistumiselle oli useita, mutta eniten huomiota vastauksien perusteella saivat yritykset/yhdistykset/seurat sekä tapahtumassa järjestetty huutokauppa ja Huutokaupakeisari. Tunnettu esiintyjä selvästi kiinnosti ja tämä herätti myös paljon uteliaisuutta ihmisissä. Kuten aikaisemmin jo mainitsin, tapahtumapäivän keli oli mitä mainioin ja kelin vaikutukset näkyivät myös palautteissa. Tapahtumaan ja tapahtuman ohjelmaan oltiin pääosin oikein tyytyväisiä ja tapahtuma koettiin yleisön mielestä rennoksi ja iloiseksi. Kuitenkin muutamissa palautteissa toivottiin lisää esiintyjä ja musiikkia jatkossa.

Tapahtumassa järjestetty ruokatarjonta sekä kahvion toiminta saivat runsaasti hyvää palautetta. Havaintojen mukaan lettukojulla riitti myös kysyntää ja letut myytiinkin loppuun kesken tapahtuman. Tapahtumapaikkaan oltiin hyvin tyytyväisiä ja vastauksien perusteella tapahtumilla uskotaan olevan vaikutusta Mäntsälän näkyvyyteen. Kyselytutkimuksesta saatujen vastausten perusteella tapahtumien koetaan lisäävän yhteisöllisyyden tunnetta. Tuloksien mukaan tapahtuma tulisi järjestää joka vuosi ja useammassa vapaassa palautteessa toivottiin, että vastaavanlaisia tapahtumia järjestettäisiin lisää Mäntsälän alueelle.

Palautteista nousi esille asioita, jotka tulevaisuudessa kaipaavat lisää huomiota. Roskakoreja toivottiin lisää tapahtuma-alueelle ja tapahtuman ohjelman tulisi olla jatkossa paremmin nähtävillä myös tapahtumapäivänä. Tapahtuman ohjelmia voisikin tulostella ja laittaa esille eri paikkoihin, jotta päivän aikataulu olisi kaikkien saatavilla. Lisäksi istumapaikkoja toivottiin lisää lavan läheisyyteen.

Projektin päätöskokousta ei kiireistä johtuen keretty järjestämään yhdessä johtoryhmän kanssa. Kuitenkin opiskelijoiden työryhmä sai erinomaista palautetta johtoryhmältä sekä suullisesti että sähköpostitse. Opiskelijat kokivat projektin erittäin antoisaksi ja opettavaiseksi, mutta aikaa vieväksi ja työlääksi. Useampi työryhmästä työsti samaan aikaan opinnäytetyötään ja tämä toi osaltaan haastetta. Projektin onnistumisen kannalta oli kuitenkin ensiarvoisen tärkeää, että projektiryhmä puhalsi hyvin yhteen hiileen ja näin ollen toteutus oli sen mukainen.

6 Yhteenveto tutkielmasta

Tämä luku sisältää yhteenvedon tutkielmasta. Luvussa tehdään johtopäätöksiä tutkimuksesta saaduista aineistoista ja havainnoista tapahtumapäivänä sekä samalla käydään läpi kehitysideoita jatkoa ajatellen. Lisäksi tässä luvussa pohditaan tutkielman luotettavuutta ja pätevyyttä sekä mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

Tutkielman tarkoituksena oli tuottaa opinnäytetyö Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumasta ja tapahtuman järjestämisestä Mäntsälän Yrityskehitys Oy:lle. Tavoitteena oli selvittää kuinka Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtuma onnistui, kuinka tapahtumaa voisi kehittää jatkossa sekä koetaanko tapahtuma ylipäättään tarpeelliseksi.

Tutkimuksien avulla saatiin runsaasti arvokasta tietoa Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman järjestämisestä sekä muista tapahtumaan liittyvistä asioista. Tämä opinnäytetyö tullaan esittelemään ja antamaan toimeksiantajalle Mäntsälän Yrityskehitys Oy:lle. Lisäksi tämän opinnäytetyön ja tutkimustuloksien avulla voidaan kehittää tulevia tapahtumia entistä paremmiksi ja tätä opinnäytetyötä voidaan hyödyntää tulevaisuudessa vastaavanlaisissa yleisötapahtumissa.

6.1 Johtopäätökset ja kehitysideat

Kesän Avajaiset tapahtuma on Mäntsälän kunnan näkyvyyden kannalta erinomainen tapahtuma, joka voidaan toteuttaa talkoovoimin. Tapahtumat koetaan tärkeiksi yhteisöllisyyden kannalta ja juuri vastaavanlaisissa tapahtumissa paikalliset yritykset ja kuntalaiset ovatkin vuorovaikutuksessa keskenään. Tuloksien perusteella voidaan siis todeta, että tapahtumia tarvitaan. Niiden uskotaan tuovan näkyvyyttä tapahtumassa oleville yrityksille ja Mäntsälän kunnalle.

Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää, että osallistujat kokevat saaneensa tapahtumasta jotain hyötyä ja että tapahtuma jättää osallistujalle positiivisen muistijäljen. Tästä johdun on myös erittäin tärkeää kerätä palautetta, jotta saadaan tietää, kuinka osallistujat kokivat tapahtuman. Yhteenvetona voidaan sanoa, että tapahtuma koettiin onnistuneeksi sekä esittelijöiden että yleisön näkökulmasta. Yleisömäärä ylitti odotukset ja tapahtumapäivän kulku oli sujuvaa. Kuitenkin palautteista nousi esille hyviä kehitysideoita ja nämä tuleekin ottaa huomioon jatkossa järjestettävien tapahtumien suhteen. (Vallo & Häyrynen 2014, 189.)

Tapahtuman esiintyjän tulee olla tarpeeksi kiinnostava ja esiintyjän tulisi olla tapahtuman kohderyhmän mielestä tarpeeksi mielenkiintoinen. Houkuttelevan ja mielenkiintoisen esiintyjän avulla saavutetaan hyvin todennäköisesti paremmin myös tapahtumalle asetetut tavoitteet. Ensimmäistä kertaa ollut valtakunnallisestikin tunnettu esiintyjä herätti selvästi suurta kiinnostusta ja uteliaisuutta. Jatkossa tulisi pohtia, hankitaanko tapahtumaan kaksi mielenkiintoista

esiintyjää, jotta yleisömassat saataisiin tasaisemmin tapahtumapäiväksi paikalle. Lisäksi tulisi keskittyä siihen, kuinka herätetään kiinnostusta vielä laajemmin myös ulkopaikkakuntalaisissa.

Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman järjestäminen vaatii toimivan projektiryhmän, kannustavan ja tapahtumasta aidosti kiinnostuneen projektipäällikön, johtoryhmän vahvan tuen sekä oikeat yhteistyökumppanit. Jatkuva raportointi projektin etenemisestä sekä aktiivinen tiedottaminen sidosryhmille ovat ensiarvoisen tärkeitä asioita projektin onnistumisen kannalta. Markkinointiin ja viestintään tulee panostaa vielä enemmän ja jatkossa voisikin miettiä, tulisiko projektiryhmän lisäksi perustaa erillinen työryhmä, joka keskittyisi ainoastaan tapahtuman markkinointiin ja viestintään. Markkinointi voitaisiin tehdä siis täysin omana sivuprojektina ja markkinointitiimiin tulisi valita asian osaavat henkilöt.

Tiedotus ja opastus alueella olivat asioita, joihin kaivattiin parannusta jatkossa. Kyselytutkimukseen vastanneista noin 74% oli paikkakuntalaisia, jotka tuntevat hyvin todennäköisesti alueen, mutta tulee kuitenkin muistaa, että tapahtumaan osallistutaan myös muilta paikkakunnilta. Tiedottamisen ja markkinoinnin tulisivin olla jatkossa kattavampaa ja laajempaa. Tutkimuksesta saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että tapahtuma-alueella ei ollut riittävästi opastusta ja samalla myös toivottiin, että tapahtuman aikataulu olisi kaikkien nähtävillä. Lisäksi toivottiin lisää roskakoreja sekä istumapaikkoja alueelle. Nämä kehitysideat tuleekin ottaa huomioon jatkossa.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus, eettisyys ja pätevyys

Kyselytutkimuksen mittauksen laatuun ja luotettavuuteen on monia eri tekijöitä. Näitä ovat muun muassa sisällölliset, tilastolliset, kielelliset ja tekniset seikat. Mittauksen laatuun voidaan etukäteen vaikuttaa hyvällä lomakkeen suunnittelulla ja lomaketta suunniteltaessa tulisi mahdollisesti jopa hyödyntää asiantuntijoiden apua. Huonosti mitattuja osioita ei voi jälkikäteen parantaa millään menetelmällä, sillä mittaus on ainutkertaista. Tästä johtuen tulisivin kysyä neuvoja asiantuntijoilta ennen lomakkeen suunnittelua. ”Luotettavuus on tieteellisen tiedon keskeinen tunnusmerkki”, kuten Toikko & Rantanen (2009, 121) kertoo. (Vehkanen 2014, 40.)

Luotettavuutta on perinteisesti lähestytty reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden avulla, mutta kehittämistoiminnassa luotettavuus tarkoittaa myös käyttökelpoisuutta. Pelkkä todellinen tieto ei ainoastaan riitä, vaan tiedon tulisi myös olla hyödyllistä. Validiteetti eli pätevyys viittaa siihen, että tutkimuksessa mitataan sitä mitä pitikin mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina ole täysin sopivia tutkittavan asian mittaamiseen ja olennaista onkin, että tehdyt tulokset vastaavat aineistoa. Toisinaan tutkimukseen vastannut on voinut käsittää jonkin asian eri tavalla, kuin tutkija. Tästä johtuen tulokset eivät aina välttämättä ole päteviä. (Toikko & Rantanen 2009, 121-122; Vehkalahti 2014, 41.)

Mittauksen reliabiliteetti eli luotettavuus on sitä parempi, mitä vähemmän mittauksessa on virheitä. Kyselylomaketutkimuksissa voitaisiin esimerkiksi mitata samaa asennetta käyttäen erilaisia lauseväittämiä, jolloin väittämistä saadut vastaukset ovat keskenään yhdensuuntaisia. Tutkimuksen reliaabelius voidaan myös todeta niin, että toinen tutkija voi toistaa tutkimusasetelman ja saada samanlaisia tuloksia. (Toikko & Rantanen 2009, 122; Vehkalahti 2014, 41.)

Tämän tutkimuksen pätevyys eli validiteetti on monilta osin hyvä, sillä tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen tavoitteet on kerrottu lukijalle. Tutkimuskysymykset laadittiin niin, että ne olisivat mahdollisimman selkeitä ja lukijalle avattiin kysymyksien merkitys. Tutkimuksen pätevyyteen vaikutti pitkälti myös avoimien vastauksien määrä, jonka avulla saatiin tutkimuksen kannalta erittäin tärkeää palautetta. Kyselytutkimuksessa yrittäjille oli kuitenkin muutamia kysymyksiä, joissa kysymykset oli huonosti aseteltu. Kysymykset olivat selkeitä, mutta vaikeasti tulkittavissa jälkikäteen ja näin ollen kysymyksien pätevyyttä voidaan epäillä. Huonosta kysymyksen asettelusta johtuen ei voida tietää, ajatteliko vastaaja kysymykseen samoin kuin tutkija. Lisäksi osatavoitteena oli tutkia syitä, miksi jotkin yritykset Mäntsälän alueella eivät ole kiinnostuneita tapahtumista, mutta vähäisestä vastausten määrästä johtuen tähän kysymykseen ei saatu vastausta. Nämä kohdat on käsitelty tutkimustulokset yrityksille -osiossa.

Mäntsälän Kesän Avajaisiin osallistui arviolta 2000-2500 kävijää. Yleisössä kiersi läpi tapahtuman kaksi haastattelijaa, jotka valitsivat yleisön joukosta satunnaisesti halukkaita vastaamaan kyselyyn. Kyselyt suoritettiin tablettitietokoneita hyödyntäen ja E-lomake pohjaa käyttäen. Vastaukset toteutettiin anonyymisti. Vastauksia saatiin yhteensä 66 kappaletta. Kävijämäärän verrattuna vastauksien määrä oli alhainen, mutta vastaajat edustivat hyvin perusjoukkoa. Kysymyslomake oli laadittu niin, että se oli tarpeeksi selkeä ja helposti täytettävissä. Kyselyyn sai vastata suullisesti kysymyksiin tai halutessaan suoraan tablettitietokoneelle. Haastatellessa yleisöä saatiin myös arvokasta palautetta lomakekyselyn vastauksien lisäksi suullisesti.

Yrityksille lähetettyyn kyselytutkimukseen osallistui 30 yritystä, joista ainoastaan kolme kertoi, että eivät osallistuneet tapahtumaan. Vastanneista 64% osallistui kuitenkin tapahtumaan ja he edustavat tutkimuksen perusjoukkoa erinomaisesti. Kyselylomake oli selkeä ja helposti täytettävä, mutta alkuun lomakepohjaan vaadittiin pakollisten vastauksien kohdalla hieman korjaamista. Lisäksi muutamien kysymyksien asetteluun ja selityksiin olisi vaadittu korjauksia, jonka avulla mahdolliset väärinymmärrykset olisi voitu välttää.

Tämä tutkimus on eettisen käytännön mukainen, sillä tutkittaville annettiin mahdollisuus vastata kysymyksiin anonyymisti. Tutkimustulokset on käsitelty luottamuksellisesti ja tulokset tullaan esittelemään Mäntsälän Yrityskehitys Oy:lle. Tutkimuksen tulokset on esitelty rehellisesti ja puolueettomasti. Tuloksien avoimien vastauksien perusteella voidaan myös todeta, että vastaukset ovat rehellisiä, vastauksissa ei ole kaunisteltu asioita, vaan kysymyksiin ollaan vastattu

rehellisesti. Tutkimuksessa on huomioitu rehellisesti kysymyslomakkeissa olleet epäkohdat ja kysymyksien huonosti asetellut kysymykset.

6.3 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimusaiheena olisi selvittää, kuinka seuraava Kesän Avajaiset tapahtuma koetaan onnistuneen. Tutkimuksesta saadun aineiston avulla voitaisiin mahdollisesti havaita, onko seuraavan tapahtuman järjestämisessä otettu huomioon tässä tutkimuksessa ilmi tulleita kehitysideoita. Tämä tutkimus toimisi samalla vertailukohteenä seuraaville tutkimuksille. Mäntsälän kunta kasvaa, yrityksiä tulee jatkuvasti lisää ja jatkossa suoritettavat tutkimukset voisivat toimia hyvänä seurantatyökaluna tulevien tapahtumien kehittämisessä. Lisäksi jatkossa voitaisiin tutkia huomattavasti laajemmin, omana tutkimuksena, miksi jotkin yritykset eivät kiinnostu tapahtumista Mäntsälän alueella. Tässä tutkimuksessa ei saatu vastausta tähän kysymykseen ja jatkossa tulisikin miettiä, kuinka saadaan aktivoitua ja houkuteltua yritykset vastaamaan tähän kysymykseen.

Lähteet

Painetut lähteet

Bowden, G., Allen, J., O'toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Events Management. Third Edition. London: Elsevier.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Keuruu: Otavan Kirjapaino

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9., uudistettu painos. Porvoo: Edita

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 20. painos. Porvoo: Bookwell.

Karlsson, Å. & Marttala, A. 2001. Projekti kirja: Onnistuneen projektin toteuttaminen. Tampere: Tammer-Paino.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Löow, M. 2002. Onnistunut projekti. Helsinki: Tietosanoma

Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum

Pelin, R. 2011. Projekti hallinnan käsikirja. 7., uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino

Siniaalto, M. 2014. Sosiaalisen median menestysreseptit. Helsinki: Kauppakamari

Toikko, T. & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. 3. korjattu painos. Tampere: Tampereen Yliopistopaino

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Neljäs uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittari ja menetelmät. Finn Lectura

Virtanen, P. 2009. Projekti strategian toteuttajana. Helsinki: Tietosanoma

Sähköiset lähteet

- Etelä-Pohjanmaan liitto. 2018. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 20.3.2018. http://www.epliitto.fi/~epliitto/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf
- Faustus Oy. 2018. Tavoita tapahtumasi tähtihetket tarinalla - koulutus: Onnistuneen tapahtuman malli. Viitattu 3.4.2018. <http://www.faustus.fi/tapahtumamarkkinointikoulutus/tapahtumamarkkinointi-koulutus-tapahtumat-ja-tarinallistaminen>
- Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Viitattu 7.4.2018. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>
- Helsingin seudun kauppakamari. 2017. Yritys ja sen sidosryhmät. Viitattu 14.3.2018. <https://kauppakamaritieto.fi/fi/s/ak/kirjat/yritysvastuu-johtamisen-uusi-normaali-2017/yritys-ja-sen-sidosryhmat/>
- Huutokaupat Palsanmäki. 2016. Tapahtumat. Viitattu 27.3.2018. <http://palsanmaki.fi/tapahtumat/>
- Keski-Uudenmaan pelastuslaitos. 2018. Yleisötapahtumat. Viitattu 28.3.2018. <https://www.ku-pelastus.fi/fi/asioverkossa/ohjeet-ja-lomakkeet/yleisotapahtumat>
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Laurea-ammattikorkeakoulu. Opiskelijaprojekti. Viitattu 18.3.2018. <https://www.laurea.fi/tiedotteet/Documents/58%20Tapahtumajarjestajan%20opas.pdf>
- Mäntsälän kunta. 2016a. Tietoa Mäntsälästä: Historia. Viitattu 5.4.2017. <http://www.mantsala.fi/tietoa-mantsalasta/historia>
- Mäntsälän kunta. 2016b. Mäntsälän Seurojentalo. Viitattu 4.4.2017. <http://www.mantsala.fi/tietoa-mantsalasta/kokous-ja-juhlatilat/seurojentalo>
- Mäntsälän kunta. 2018. Mäntsälä: Aina lähellä. Viitattu 14.3.2018. <https://www.mantsala.fi/tiedostot/mantsala-esite.pdf>
- Mäntsälän Uutiset 2011. Keskuskatu ympäristöineen on valmis kesäkadun avajaisiin. Viitattu 20.3.2017. <http://www.mantsalanuutiset.fi/artikkeli/55965-keskuskatu-ymparistoineen-on-valmis-kesakadun-avajaisiin>
- Mäntsälän Uutiset. 2017. Huutokauppakeisari avaamaan kesäkatua. Viitattu 29.3.2018. <https://www.mantsalanuutiset.fi/artikkeli/47221-huutokauppakeisari-avaamaan-kesakatua>
- Mäntsälän Yrittäjät. 2018a. Mäntsälän Yrittäjät: Historia. Viitattu 21.3.2018. <https://www.yrittajat.fi/uudenmaan-yrittajat/mantsalan-yrittajat/a/mantsalan-yrittajat/historia>
- Mäntsälän Yrittäjät. 2018b. Mäntsälän Yrittäjät ry: Säännöt. Viitattu 21.3.2018. <https://www.yrittajat.fi/uudenmaan-yrittajat/mantsalan-yrittajat/a/mantsalan-yrittajat/saannot>
- Mäntsälän Yrityskehitys Oy. 2017. Mäntsälän Yrityskehitys Oy. Viitattu 21.2.2017. <http://www.yrityskehitys.net/>
- Mäntsälän Yrityskehitys Oy. 2018. Mäntsälän kartta. Viitattu 28.3.2018. https://www.yrityskehitys.net/images/esitteet/mantsala_map.pdf

Ollikainen, A. 2012. Avain projektiryhmän kokoamiseen, motivointiin ja johtamiseen. Claro Leaders. Viitattu 7.4.2017. http://cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/26149_Avain_projektiryhman_kokoamiseen_motivointiin_ja_johtamiseen_copy.pdf

Räsänen, H. 2018. Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät. Viitattu 14.3.2017. http://www.hamk.fi/verkostot/kudos/menetelmat/Documents/4_Kvalitatiiviset_tutkimusmenetelmaet.pdf

Seuri, V. 2017. Näin kehyskunta loi satoja työpaikkoja: Mäntsälästä kiinnostunut yritys saa vastauksen päivässä. Helsingin Sanomat 20.3.2017. Viitattu 5.4.2017. <http://www.hs.fi/paivanlehti/20032017/art-2000005133708.html>

Suomen Yrittäjänaiset. 2018a. Mäntsälän Yrittäjänaiset ry: Yhteystiedot. Viitattu 2.4.2018. <http://www.yrittajanaiset.fi/yhdistys/mantsalan-yrittajanaiset-ry/>

Suomen Yrittäjänaiset. 2018b. Yrittäjänaiset on sinun puolellasi. 21.3.2018. <http://www.yrittajanaiset.fi/tietoa-meista/#>

Suomen Yrittäjänaiset. 2018c. Yrittäjänaiset vaikuttaa. Viitattu 21.3.2018. <http://www.yrittajanaiset.fi/vaikuttaminen/>

Tilastokeskus. 2018. Perusjoukko. Viitattu 14.3.2018. <http://www.stat.fi/meta/kas/perusjoukko.html>

Julkaisemattomat lähteet

Asikainen, T. 2017. Sähköpostitiedustelu. Elintarviketarkastaja. Keski-Uudenmaan ympäristökeskus.

Placeres, N. 2017. Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 materiaalia. Helsinki.

Takala, M. 2017. Sähköpostitiedustelu. Mäntsälän Uutiset: mainospaketti tarjous. Etelä-Suomen Media Oy. Mäntsälä.

Kuviot

Kuvio 1. Tapahtumamarkkinointi osana markkinointimixiä (Muhonen & Heikkinen 2003, 76.)	15
Kuvio 2. Projektiorganisaatio (Placeres 2017.)	21

Kuvat

Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli (Faustus Oy 2018.)	17
Kuva 2. Henkilöstön huomioliivien ilme. Huomioliivit suunniteltiin kuvassa olevan t-paidan mukaisesti (Placeres 2017)	26
Kuva 3 Jaettava mainos (Placeres 2017).	34
Kuva 4. Tapahtuma-alueen rajausta (Placeres 2017.)	41
Kuva 5. Mäntsälän kartta (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2018.)	42
Kuva 6. Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n logo (Mäntsälän Yrityskehitys Oy 2017).	43
Kuva 7. Mäntsälän Yrittäjät ry:n logo (Mäntsälän Yrittäjät 2018a).	44
Kuva 8. Mäntsälän Yrittäjänaiset ry:n logo (Suomen Yrittäjänaiset 2018a).	44
Kuva 9. Kysymys 1. Osallistuitko Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)	47
Kuva 10. Kysymys 2. Toimiiko yrityksesi/organisaatiosi/yhdistyksesi Mäntsälässä? Eduix E-lomake 2017)	47
Kuva 11. Kysymys 3. Mikäli vastasit kysymyksessä 1 osallistuin, valitse jokin seuraavista väittämistä, joka kuvaa parhaiten osallistumisenne syytä (Eduix E-lomake 2017)	48
Kuva 12. Kysymys 6. Vaikuttiko suuren yleisön tuntema Huutokauppakeisari päätökseenne osallistua tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)	49
Kuva 13. Kysymys 7. Oliko osallistumismaksulla vaikutusta yrityksesi osallistumiseen? (Eduix E-lomake 2017)	50
Kuva 14. Kysymys 8. Mikäli osallistuit tapahtumaan, miten tapahtuma onnistui yrityksesi osalta? (Eduix E-lomake 2017)	51
Kuva 15. Kysymys 9. Oletko tyytyväinen tapahtuman järjestelyihin? (tiedottaminen, esiintyjät jne.) (Eduix E-lomake 2017)	51
Kuva 16. Kysymys 10. Mikä seuraavista väittämistä kuvaa mielestäsi parhaiten tapahtumapaikan sijaintia? (Eduix E-lomake 2017)	52
Kuva 17. Kysymys 12. Kasvattavatko tapahtumat yrityksesi liikevaihtoa? (Eduix E-lomake 2017)	53
Kuva 18. Kysymys 15. Tulisiko tapahtumia... (Eduix E-lomake 2017)	54
Kuva 19. Kysymys 16. Kiinnostaako Sinua tulevaisuudessa olla mukana tapahtumien järjestämisessä? (Eduix E-lomake 2017)	55
Kuva 20. Kysymys 17. Oletko jatkossa kiinnostunut osallistumaan Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)	55
Kuva 21. Kysymys 1. Ikä? (Eduix E-lomake 2017)	56
Kuva 22. Kysymys 2. Sukupuoli? (Eduix E-lomake 2017)	56
Kuva 23. Kysymys 6. Vaikuttaa tapahtuma mielestäsi Mäntsälän näkyvyyteen? (Eduix E-lomake 2017)	58
Kuva 24. Kysymys 8. Mikä seuraavista väittämistä kuvaa mielestäsi parhaiten tapahtumapaikan sijaintia? (Eduix E-lomake 2017)	59
Kuva 25. Kysymys 9. Pitäisikö tapahtuma järjestää joka vuosi? (Eduix E-lomake 2017)	60

Taulukot

Taulukko 1. Projektisuunnitelman runko - Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 (Placeres 2017.)	22
Taulukko 2. Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 budjetti (Placeres 2017).	35
Taulukko 3. Esimerkki riskien jaottelusta asiaryhmittäin (Kauhanen ym. 2002, 54.)	36
Taulukko 4. Kysymys 5. Mistä kuultu tapahtumasta? (Eduix E-lomake 2017)	49
Taulukko 5. Kysymys 11. Mitä mieltä olet tapahtuman hyödystä/hyödyistä yritykselle? (Eduix E-lomake 2017)	52
Taulukko 6. Kysymys 4. Mistä sait tiedon Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumasta? (Eduix E-lomake 2017)	57
Taulukko 7. Kysymys 5. Syy, joka sai sinut osallistumaan tapahtumaan? (Eduix E-lomake 2017)	58
Taulukko 8. Kysymys 7. Oletteko tyytyväinen tapahtuman ohjelmaan? (Eduix E-lomake 2017)	59

Liitteet

Liite 1: Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 -kyselylomake yrityksille	76
Liite 2 Tarkempi ohjelma: henkilökunnan tiedoksi	78
Liite 3 Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman ilmoitus yrityksille	79
Liite 4 Esittely-/myyntipaikan varauslomake	80
Liite 5 Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 mainos	81
Liite 6 Järjestyksenvalvonta ja ajo-ohjaus	82
Liite 7 Esittelijöiden paikat ja sijainti tapahtuma-alueella	83
Liite 8 Sijoittelu tapahtuma-alueella.....	84
Liite 9 Tapahtumapäivän ohjeistus yrittäjille	85
Liite 10 Jaettava mainos.....	86
Liite 11 Ilmoitus huutokaupattavasta tontista	87
Liite 12 Yleisöä tapahtumapäivänä	88
Liite 13 Tapahtuman aikataulu	89
Liite 14 Uutisia Mäntsälän Kesän Avajaisista 2017	90

Liite 1: Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 -kyselylomake yrityksille

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 -kyselylomake

Vastaamalla kyselyyn Mäntsälän kunta sekä Mäntsälän Yrityskeskitys Oy saavat arvokasta tietoa Mäntsälässä järjestettävien tapahtumien kannattavuudesta ja tarpeellisuudesta. Kysely on lähetetty kaikille Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 tapahtumaan osallistuneille sekä Mäntsälän alueella oleville yrityksille.

Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia tapahtuman kannattavuutta ja kokemuksia yrittäjien näkökulmasta. Tutkimuksen toteuttaa Laurea-opiskelija Nico Plasencia. Tutkimustuloksia käytetään Laurea-ammattikorkeakoulun opimälytyössä Mäntsälän Yrityskeskitys Oy:n toimesta.

Kiitoksia ajastanne!

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

1. Osallistuitko Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtumaan?

- ☐ Osallistuin
☐ En osallistunut

2. Toimitko yrityksesi/yhdistykses/organisaatiosi Mäntsälässä?

- ☐ Kyllä
☐ Ei

Mikäli vastasit ei, missä?

3. Mikäli vastasit kysymyksessä 1 osallistuin, valitse jokin seuraavista vaihtoehtoja, joka kuvaa parhaiten osallistumisesi syytä.

- ☐ Huutokauppa/-keisari
☐ Yrityksen näkyvyyden parantaminen
☐ Tuotteiden myynti/esittely
☐ Jokin muu, mikä?

Mikäli vastasit kysymyksessä 1 en osallistunut, valitse jokin seuraavista vaihtoehtoja, joka kuvaa parhaiten syytä, miksi et osallistunut tapahtumaan.

- ☐ En ole kuullut tapahtumasta
☐ Väärä ajankohta
☐ Tapahtumapaikan sijainti ei miellyttänyt
☐ Ei kiinnostanut, en koe tarpeelliseksi
☐ Jokin muu syy, mikä?

5. Mistä kuullut tapahtumasta?

- ☐ Facebook
☐ Sähköpostiviesti yrittäjille
☐ Tapahtuman järjestäjiltä
☐ Kuulopuhe
☐ Mainostusta ympäristössä
☐ Internetistä
☐ Lehtimainoksista/jutusta
☐ En ole kuullut tapahtumasta
☐ Jokin muu, mikä?

Mikäli ET osallistunut tapahtumaan, voit hypätä suoraan kysymykseen 11

6. Vaikuttko suuren yleisön turvama Huutokauppa/keisari päätöksenne osallistua tapahtumaan?

- ☐ Kyllä
☐ Ei
☐ En osallistunut tapahtumaan

7. Oliko osallistumakautta vaikutusta yrityksesi osallistumiseen?

- ☐ Kyllä
☐ Ei

8. Mikäli osallistuit tapahtumaan, miten tapahtuma onnistui yrityksesi osalla?

Valitse sopivin kuvaus vaihtoehdoista

Erinomaisesti	Hyvin	En osaa sanoa	Tyydyttävästi	Huonosti
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Oletko tyytyväinen tapahtuman järjestelyihin (edottaminen, esittelyt jne.)

Erittäin tyytyväinen Jokaenkin tyytyväinen Ei tyytyväinen eikä tyytymätön Jokaenkin tyytymätön Erittäin tyytymätön

Valitse sopivin kuvaus vaihtoehdoista ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

10. Mikä seuraavista väittämistä kuvaa mielestäsi parhaiten tapahtumapaikan sijaintia?

Erinomainen Hyvä En osaa sanoa Tyydyttävästi Heikko

Valitse mielestäsi sopivin kuvaus ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

11. Mitä mieltä olet tapahtuman hyödyistä/hyödyistä yritykselle. V -aitse vähintään yksi mielestäsi sopivin väite.

- ☐ Lisää näkyvyyttä
- ☐ Mukava tapa markkinoida yritystä, sen tuotteita tai palveluita
- ☐ Kasvattaa myyntiä
- ☐ Tapahtumasta ei ole hyötyä
- ☐ Tavoitin erinomaisesti potentiaalisia asiakkaita
- ☐ Tapahtumat haittaavat yrityksen toimintaa

Mikäli vastasit "haittaavat
yrityksen toimintaa", perustele

12. Kasvattavatko tapahtumat yrityksesi liikevaihtoa?

- ☐ Kasvattavat
- ☐ Pysyy ennallaan
- ☐ Laskee

13. Mikä tapahtumassa oli
parasta?

14. Miten tapahtumaa voisi
parantaa tulevaisuudessa
yrityksenne kannalta?

15. Tulisiko tapahtumia...

- ☐ Lisätä
- ☐ Pitää ennallaan
- ☐ Vähentää

16. Kiinnostaako Sinua tulevaisuudessa olla mukana tapahtumien järjestämisessä?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

17. Oletko jatkossa kiinnostunut osallistumaan Mäntsälän Kesän A -vajaiset tapahtumaan?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

Kiitoksia vastauksistasi!

Tietojen lähetyks

Tallenna

Liite 2 Tarkempi ohjelma: henkilökunnan tiedoksi

TAPAHTUMAN AIKATAULU

Aikataulutus

TARKEMPI OHJELMA: henkilökunnan tiedoksi



07.00-10.00	Tapahtuma-alueen järjestely, myyjien saapuminen, käytännön asiat kuntoon
9.00-9.30	Pelastussuunnitelman läpikäynti, järjestyksenvälvojat, ajo-ohjaajat, ea -ryhmä
9.30 -	Ajo-ohjaus ja järjestyksenvälvonta <u>alkaa</u>
10.00 - 10.15	Tapahtuma alkaa. Avajaispuheet lavalla.
10.00 -	Pelastuslaitos. Paloautojen esittelyä
10.15 - 10.35	Mäntsälän harmonikat, ensimmäinen esitys.
10.15 -	Sählytutka, kasvomaalaus, askartelu, pomppulinna, onnenpyörä(?), taikuri
10.30 - 11.30	Huutokaupattavan tavarana näyttötunti Seurojentalon sisätiloissa.
10.45 - 11.00	Tanssiesitys Seurojentalon läheisyydessä.
11.50	Kuulutus huutokaupasta ja esittelyt
12.00 - 14.00	Huutokauppa (Aki Palsanmäki & Co.)
14.15 - 14.40	Mäntsälän Harmonikat, toinen esitys.
14.30 -	Moottoripyörien ohiajo? (Selvityksessä)
14.50 - 15.00	Tapahtuman lopetus. Kiitospuheet ym.
15.00	Tapahtuma päättyy
15.30	Ajo-ohjaus ja järjestyksenvälvonta <u>päättyy</u>



Liite 3 Mäntsälän Kesän Avajaiset tapahtuman ilmoitus yrityksille

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

Tapahtuma järjestetään 21.5.2017 klo: 10:00 – 15:00

Mäntsälän Seurojentololla, Huvitie 3

Mäntsälän kesän avajaiset on kaikille avoin, koko perheen tapahtuma, jonka tarkoituksena on tuoda näkyvyyttä Mäntsälän kunnalle ja yrityksille.

Tapahtumaan osallistumalla Sinulla on oiva tilaisuus markkinoida yritystäsi ja tavoittaa uusia asiakkaita.

Tapahtuma-alueena on Seurojentalo ja sen lähiympäristö, josta löytyvät yritysten esittelypaikat sekä tapahtuman esiintymislava. Tarkempi kuvaus tapahtuma-alueesta löytyy sähköpostin lopusta.

Kesän avajaisten vetonaulana on Huutokauppakeisari Aki Palsanmäki. Paikalle odotetaan saapuvan runsaasti yleisöä niin Mäntsälästä kuin kehyskuntien alueilta. Huutokaupan lisäksi tapahtumassa on koko perheelle sopivaa ohjelmaa. Tapahtumassa on myös mahdollisuus ostaa virvokkeita sekä pientä suolaista ja makeaa syötävää.

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 järjestää Mäntsälän kunta, Mäntsälän Yrityskehitys Oy, Mäntsälän Yrittäjät ry, Mäntsälän Yrittäjänaiset ry sekä Laurea-ammattikorkeakoulu.

Tilaisuuteen on mahdollista varata esittely-/myyntipaikka.

Kaikkien paikkojen koko on 3x3 metriä

-Pelkkä paikka 20€

-Paikka pienellä pöydällä (pöydän koko 140cm x 80cm) 25€

-Paikka isolla pöydällä (pöydän koko 250cm x 90cm) 30€

Oheisella lomakkeella voit varata itsellesi paikan alueelta. Paikat varataan ilmoittautumisjärjestyksessä. Kun olemme vastaanottaneet ilmoittautumisesi, olemme mahdollisimman pian yhteydessä varauslomakkeessa mainitsemaanne yhteyshenkilöön ja vahvistamme lopullisen paikkavarauksen.

[Varaathan paikkasi](#) mahdollisimman nopeasti, sillä paikkoja ja pöytiä on rajoitetusti.

[Linkki varauslomakkeeseen tästä](#)

Tervetuloa mukaan luomaan yhdessä onnistunut tapahtuma!

Lisätiedot:

Liite 4 Esittely-/myyntipaikan varauslomake

Mäntsälän kesän avajaiset 21.05.2017

HUOMI TÄLLÄ HETKELLÄ KAIKKI PAIKAT OVAT VARATTUJA. UUDET ILMOITTAUTUJAT LAITAMME JONOTUSLISTALLE, JOTA PURETAAN ILMOITTAUTUMISJÄRJESTYKSESSÄ MIKÄLI MYyntIPAikkoJA VAPAUTUU.

Esittely-/myyntipaikan varauslomake

Lisätietoja:

Myyntivastaava Laura Parkkari, laura.parkkari@student.laurea.fi

*Pakollinen

1. Yrityksen nimi *

2. Yhteyshenkilö *

3. Puhelinnumero *

4. Sähköposti *

5. Laskutusosoite *

6. Postinumero & toimipaikka *

7. Toimiala *

8. Y-tunnus *

9. Esittely-/myyntipaikkojen määrä *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ 1 Paikka
☐ 2 Paikkaa
☐ 3 Paikkaa

Liite 5 Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 mainos

Koko perheen Tapahtuma!

Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

**SUNNUNTAINA
21.5.2017
klo 10-15**

Huutokauppakeisari Aki Palsanmäki, Heli ja Markku ovat paikalla klo 12-14. Huutokauppatuotteisiin voi tutustua klo 10.30-11.30.

Mäntsälän Seurojentalolla (Huvitie 3) luvassa mukava päivä koko perheelle.

Tapahtumassa järjestetään huutokauppa, jota isännöi Suomen huutokauppakeisari Aki Palsanmäki yhdessä Helin ja Markun kanssa. Huutokaupasta kerätty tuotto menee hyväntekeväisyyteen, jonka kohteeseen juuri Sinä voit vaikuttaa!

Luvassa on monipuolista ohjelmaa kaikenikäisille. Tarkka ohjelmisto julkaistaan myöhemmin.

Nähdään Mäntsälän Seurojentalolla!

TERVETULOA!

Voit osallistua tapahtumaan lahjoittamalla huutokauppaan mielenkiintoisia esineitä. Lahjoitukset ottaa vastaan Sisustusorvokki, joka löytyy Färjännaitilta Keskuskatu 4:n kiinteistöstä, p. Tanja Kaipainen 040 729 3644. Ehdotuksia hyväntekeväisyyskohteesta voit lähettää 31.3. mennessä osoitteeseen mantsalan.kisa@media.fi.

Tilaisuuteen on mahdollista varata toripaikka. Toripaikkojen varaukset: katja.koskivirta@student.laurea.fi, lauri.cederberg@student.laurea.fi, laura.parkkari@student.laurea.fi



Pysy ajan tasalla ja seuraa meitä Facebookissa!

Sivusto: <https://www.facebook.com/MantsalanKesänAvajaiset2017/>

Tapahtuma: <https://www.facebook.com/events/858518101017134/>



Mäntsälän
Yrityskehitys Oy

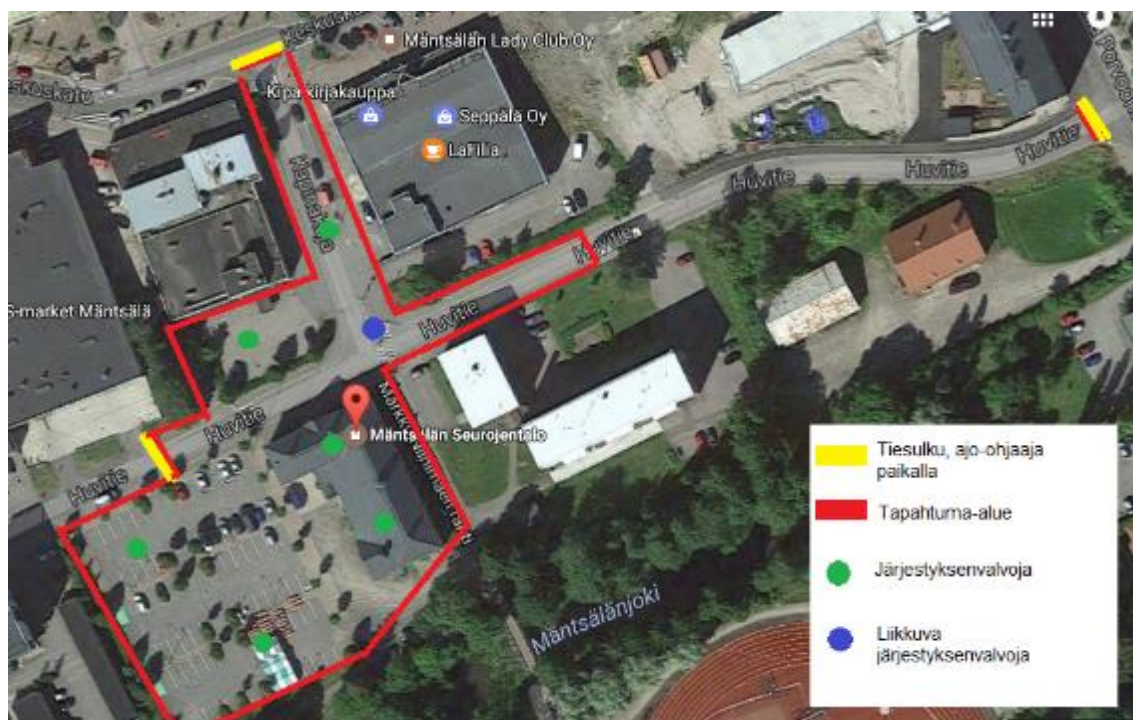


Yrittäjät
MÄNTSÄLÄ



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Liite 6 Järjestyksenvalvonta ja ajo-ohjaus



Liite 7 Esittelijöiden paikat ja sijainti tapahtuma-alueella

Mäntsälän Kesän Avajaiset 21.5

Yrityksien paikat ja yritykset

1A/1B Nivos

2A/2B Super

1 Mäntsälän Huonekaluliike

2-3 Kivapiha Tuotteet Oy

4 Suomen Verkkokauppa-asemat Oy

5-6 Sisustusorvokki

7 RavinTosiAsiaa

8 Mäntsälän Osuuspankki

9 Terveystalo Mäntsälä

10 Mäntsälän Carpojat Oy

11 & 18 Yrittäjäluokka

12 Bellapuu

13 Mäntsälän seurakunta

14 Mäntsälän Mehustamo

15 Mäntsälän Urheilijat Ry

16 Mäntsälän Voimistelijat Ry

17 Mäntsälän Jää-Tiikerit r.y

19 AVETAK OY

20-21 Kantomies

22 Elämyksen Taika

23 Meritorpan huvila ja kalastus

24 Myrskylän Säästöpankki

25 Perhehoitoyksikkö Pihlaja

26 K-Rauta Mäntsälä

27 Kiinteistönvälitys Marjokoti Oy LKV

28 Pitsimaailma

29 Fenno Optiikka

30 Mäntsälän Kokoomus ry

31 Tehy ao149 Mäntsälä

32 Catya's Catering

33 Tmi Eija-Leena Juntunen

34 Tupperware

35 Vireus Oy

36 Mäntsälän kunnan kulttuuripalvelut

37 Kiekanat

38 Heinolan maatilayhteisön osuuskunta


39 Seija Nurisalo, Me&I

40 Leikkien Lelukutsut oppimiskonsultti

41 Hattarax

42 Keuda

43-44 Karkki-Pate



Liite 8 Sijoittelu tapahtuma-alueella



Liite 9 Tapahtumapäivän ohjeistus yrittäjille

Mäntsälän Kesän Avajaiset 21.5.2017

Saapuminen

Varatut pöydät voi lunastaa Seurojentalolta klo 7:30 alkaen osoitteesta Huvitie 3. Huvitie sekä kapinakuja suljetaan tapahtuman ajaksi liikenteeltä. Paikan koko on 3x3 metriä ja paikalle saa halutessaan tuoda oman katoksen. Paikalle on hyvä tuoda omia jäte-astioita/roskiksia, mikäli jätettä syntyy. Tapahtuma-alueella suuria jäte-astioita rajoitetusti. 9.30 mennessä autot tulee olla siirretty tapahtuma-alueelta ja alueelle ei pääse autolla ennen klo 15.00.

Pysäköinti

Tapahtumaan osallistuvien yrittäjien pysäköinti tapahtuu osoitteessa Osuustie 1 (Rundamunken) tai Mäntsälän Jäähallilla (Tokmanni-areena) osoitteessa Veteraanitie 4. Tapahtuman vuoksi pysäköinninvalvontaa ei ole päivän aikana.

Maksaminen

Lasku myyntipaikasta lähetetään erikseen. Maksamatta jääneet paikat vuokrataan jonossa oleville yrityksille. Mikäli osallistuminen omalta osaltasi peruuntuu, maksua myyntipaikasta ei palauteta.

Vakuutukset

Kullakin yrittäjällä tulee olla oma vakuutus koskien tavaroitaan. Tapahtumajärjestäjällä on tapahtuman vastuuvakuutus.

Yleistä

Ruokaa myydään vain niillä kojuilla, joiden kanssa asiasta on aiemmin sovittu. Lisäksi näitä telloilta tulee löytyä alkusammutusvälineet.

Tapahtuman järjestäjä pidättää oikeuden tapahtuman sisältömuutoksiin.

Osallistuessaan tapahtumaan yrittäjä sitoutuu noudattamaan annettuja ohjeita.

Tapahtuman päättyminen

Tapahtuma päättyy klo 15:00. Pyydämme tapahtumaan osallistuvia yrityksiä siivoamaan oman alueensa välittömästi tapahtuman päätyttyä. Turvallisuussyistä myyntipaikan purkaminen on kielletty ennen klo. 15.00. Myyntipaikka on oltava samassa kunnossa kuin paikan vastaanottaessasi.

Liite 10 Jaettava mainos



Tapahtumaa juontamassa Tiia Lille.

Tapahtuman kohokohta:
Huutokauppakeisari Aki Palsanmäen isännöimä huutokauppa starttaa Klo 12.00.
Huutokokaupattavien tavaroiden näyttötunti alkaa Klo. 10.30 Seurojentalolla.

Tapahtumassa esiintymässä mm.

- Mäntsälän Harmonikat
- Mäntsälän voimistelijat
- Taikuri Aleksi Hietanen
- Mäntsälän VPK

Tapahtuma-alueella kahvila sekä makkarakoju, josta löytyy pientä purtavaa jokaiselle.

 **Pysy ajan tasalla ja seuraa meitä Facebookissa!**
Sivusto: <https://www.facebook.com/MantsalanKesanAvajaiset2017/>
Tapahtuma: <https://www.facebook.com/events/858518101017134/>



Liite 11 Ilmoitus huutokaupattavasta tontista



Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017

16. toukokuuta · €

...

Moikka!

Mäntsälän Kesän Avajaisiin aikaa enää alle viikko ja kelit vain paranevat. Muistakaahan käydä kurkkaamassa huutokaupattava tontti. Nyt olisi mahdollisuus hankkia edullisesti huippupaikalta asuintontti!

<https://asunnot.oikotie.fi/.../m%C3%A4nts%C3%A4l%C3%A4/13499382>



Kauniilla Männikkö II pientaloalueella on myytävänä omakotitalotontti. Tontti sijaitsee noin 700 m rautatieasemalta koilliseen, matkaa kunnan...

ASUNNOT.OIKOTIE.FI

Liite 12 Yleisöä tapahtumapäivänä



Liite 13 Tapahtuman aikataulu



Mäntsälän Kesän Avajaiset 21.5.2017

Nähdään Mäntsälän Seurojen-talolla!

Huvitie 3 04600 Mäntsälä

Tapahtuman aikataulu

Juontajana Tiia Lille

10.00 - 10.15	Tapahtuma alkaa, alkusanat
10.15 - 10.35	Mäntsälän Harmonikat
10.15 alkaen	Kiertävä taikuri Pomppulinna Lätkätutka Paloauton esittely Onnenpyörä Kasvomaalausta, askartelua ja paljon muuta
10.30 - 11.30	Huutokaupattavan tavarán näyttö (Seurojentalon sisätilat)
10.45 - 11.00	Tanssiesitys, Mäntsälän Voimistelijat (Seurojentalon läheisyydessä)
11.00 - 11.15	Yrittäjien puheenvuoro
11.50 - 12.00	Huutokaupan kuuluttaminen ja esittely
12.00 - 14.00	Huutokauppa
14.15 - 14.40	Mäntsälän Harmonikat
14.50 - 15.00	Loppupuheenvuoro, Huutokaupan tuottojen luovutus hyväntekeväisyyskohteille

TERVETULO!

 Pysy ajan tasalla ja seuraa meitä Mäntsälän Kesän Avajaiset 2017 Facebook-sivulla ja -tapahtumassa!

Liite 14 Uutisia Mäntsälän Kesän Avajaisista 2017

Huutokauppakeisari avaamaan kesäkatua

Hyväntekeväisyys Ehdota, mihin huutokaupan tuotto annetaan.

Televisiosta tuttu huutokauppakeisari tulee avaamaan Mäntsälän kesäkadun. Avajaiset pidetään 21. toukokuuta Keskuskadulla.

Mäntsälään tulee koko TV:n kolmikko eli **Aki** ja **Heli Palsanmäki** sekä heidän apulaisensa, asioiden ja tavaroiden fiksaaja **Markku Saukko**.

Huutokauppakeisari pitää huutokaupan Rai-torilla. Myynnissä on monenlaista tavaraa kuten Mäntsälän koulujen käytöstä poistettuja pulpetteja ja muita esineitä.

Huutokaupan tuotto annetaan hyväntekeväisyyteen. Kesäkadun avajaiset järjestävän Mäntsälän Yrityskehitys Oy:n toimitusjohtaja **Harri Kari** pyytää mäntsäläläisiä lahjoittamaan tarpeettomaksi jäänyttä mutta hyvää tavaraa Huutokauppakeisarin kaupattavaksi. Lahjoittajat voivat ottaa yhteyden Myk:n Harri Kariin.

Hyväntekeväisyyskohde on vielä päättämättä. Kari toivoo mäntsäläläisiltä ehdotuksia siitä, minne hyväntekeväisyysrahat annetaan. Saaja voi olla esimerkiksi jokin paikallinen hyvää työtä tekevä taho, joka tarvitsee kipeästi rahaa toimintansa pyörittämiseen

Ehdotuksia ottaa vastaan Mäntsälän Uutisten toimitus Keskuskatu 4:ssä ja mailiosoitteessa mantsalan.kisa@media.fi. Ehdotuksia voi laittaa myös Mäntsälän Uutisten Facebook-sivulle.